

3. TIPOLOGÍAS DE TURISTAS EXTRANJEROS EN EUSKADI

INTRODUCCIÓN

El análisis de tipificación del turismo extranjero se ha realizado sobre el conjunto de ellos, tanto los alojados en establecimientos hoteleros, establecimientos rurales o campings como aquellos alojados en establecimientos no públicos.

La metodología del análisis de tipificación permite contar con todos estos colectivos, a pesar de sus acusadas diferencias. Esto es posible porque permite controlar en todo momento el alojamiento elegido por el turista y sus posibles implicaciones a nivel de su actividad, destino o cualquier otro elemento de los que componen su modelo de establecimiento turístico prioritario en Euskadi. De este modo evita el “ruido” que colectivos muy diferenciados pueden provocar en conclusiones puramente descriptivas.

Se ha realizado un análisis conjunto para todos los orígenes, así como uno particularizado para aquellos orígenes con aportes más importantes: Francia, Reino Unido, Alemania, Italia y el conjunto de americanos.

3.1 TIPOLOGÍAS DEL CONJUNTO DE TURISTAS EXTRANJEROS

3.1.1 TIPOLOGÍAS DE TURISTAS EXTRANJEROS

En el análisis de tipificación realizado para este colectivo se han considerado como variables más significativas las relacionadas con la información sociodemográfica, su forma de viajar, el tipo de alojamiento donde se alojan y las noches que pernoctan y el origen del turista (véase Cuadro 1).

Se han obtenido 12 clases de turistas que se han proyectado sobre los dos primeros ejes factoriales.

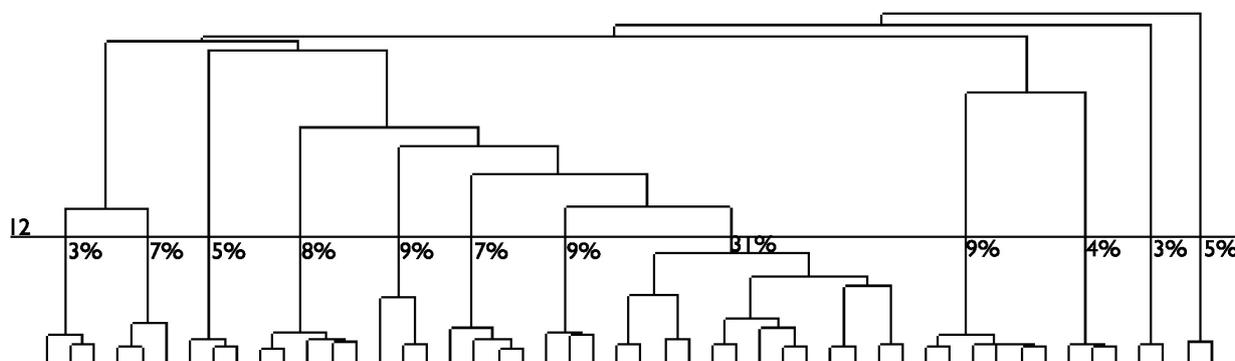
Variables para el análisis de tipificación.

<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Origen del turista. Alemania Francia. Italia Gran Bretaña. Otros países. <hr/> <ul style="list-style-type: none">• Forma de viajar. Solo. Con su pareja. Con su familia. Con sus amigos. Con su familia y/o amigos. <hr/> <ul style="list-style-type: none">• Forma de reserva. No prepararon el viaje. No realizan reserva. Por una agencia de viajes. Directamente (teléfono). Internet. Otros. <hr/> <ul style="list-style-type: none">• Edad. 19 y menos. 20-29. 30-39. 40-49. 50-59. Más de 60. <hr/> <ul style="list-style-type: none">• Número de pernoctaciones. 1 día. 2 días. 3 días. De 4 a 7 días. De 8 a 15 días. Más de 16 días.	<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Nivel de renta. Alta. Media/Alta. Media. Media/ baja. <hr/> <ul style="list-style-type: none">• Medio de transporte. Avión. Coche. Autobús. Tren. Barco. Resto. <hr/> <ul style="list-style-type: none">• Motivo principal del viaje. Trabajo o negocios. Asistencia a ferias. Asistencia a congresos. Visita a familiares. Turismo de sol y playa. Actividades de campo. Turismo cultural. Turismo urbano. Otros motivos de ocio. Otros motivos. <hr/> <ul style="list-style-type: none">• Alojamiento principal del viaje Hoteles de 5 y 4 estrellas. Hoteles de 3 estrellas. Hoteles de menos de 3 estrellas. Vivienda alquilada a particulares. Turismo rural. Camping. Otros alojamientos. <hr/> <ul style="list-style-type: none">• Zona de encuestación. <hr/> <ul style="list-style-type: none">• Lugares de encuestación <hr/>
--	--

A partir de los resultados del análisis de correspondencias se ha realizado el análisis cluster con los primeros 12 factores que explican un 65% de la información.

El dendograma sugiere la existencia de 12 clases, cuya interpretación es la siguiente:

Dendograma para turistas extranjeros



CLASE I. Turismo de renta media - baja (3,5%)

El turismo de renta más bien baja viene a Euskadi bajo diferentes modelos turísticos. Lo hace por modelos de trabajo y por modelos de turismo de ciudad, pero en ambos casos en menor medida, o en una medida menos intensa, que el resto de colectivos. Frente a ellos, son significativos otros motivos de ocio y el motivo sol y playa, especialmente, pero también acceden a menudo bajo modelos de ocio deportivo, no necesariamente de naturaleza o montaña, o también por visitas familiares.

En cualquier caso, se trata de un modelo diverso y nada exclusivo en su orientación turística, en franco contraste con buena parte del turismo extranjero.

La juventud determina en buena medida el modelo de renta de este colectivo. Una mayoría de sus componentes se sitúa por debajo de los 30 años, siendo raros aquellos de edad superior a los 40.

Bajo estos parámetros, este modelo se fundamenta en el uso del camping y del alquiler a particulares, uno de los establecimientos con los que, muy a menudo, no prepara el viaje ni establece una relación de reserva previa. Cuando sí lo hacen utilizan preferentemente a los amigos y, especialmente, internet, como fuentes de información, y las agencias de viajes para el establecimiento de la reserva. En el establecimiento solo reservan el alojamiento, aunque muy a menudo reservan también el transporte.

Este colectivo accede preferentemente en compañía de amigos, para estancias que, bajo esta variedad de modelos pueden ser, a menudo, de larga duración. Entre estos turistas de rentas más bien bajas el uso del coche domina claramente sobre el avión, siendo así mismo significativos los transportes públicos, bien el tren, bien el autobús.

Las rentas que caracterizan este visitante se hace notar en las valoraciones de los establecimientos. Sin ser negativas de un modo mayoritario, presentan esta conclusión en mucha mayor medida que la mayor parte de los colectivos de turistas extranjeros. Son también los menores usuarios de establecimientos de restauración, más proclives, dado los establecimientos privados o campings en que se alojan, a las compras privadas de su comida. Y cuando acuden a estos establecimientos, lo hacen muy a menudo a establecimientos de platos combinados, pero sin desdeñar aquellos de menú o incluso aquellos de los establecimientos de pernoctación.

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

La presencia italiana y francesa es muy significativa bajo este modelo de visita, pero más aún la de aquellos procedentes de terceros países, no habituales. Se trata de un colectivo compuesto por gran número de estudiantes y parados.

CLASE 2. Turismo italiano. (7,4%)

La mayor parte del turismo italiano responde a un modelo de visita que combina la visita de ciudad con el turismo de sol y playa.

La duración de la estancia responde más al propio de turismo de ciudad, entre cuatro y siete jornadas, y de hecho, la mayor parte de las actividades realizadas tienen que ver con este modelo. Así, practica actividades de carácter cultural, especialmente, que conjuga con paseos, recorridos por la ciudad e, incluso, con salidas de carácter nocturno.

Sin embargo, estas actividades se difuminan en un modelo más amplio en la que la playa resulta factor definitorio de la visita. Ambos aspectos generan un atractivo importante centrado en la ciudad de Donostia-San Sebastián, pero también en Bilbao, en este caso por motivos más estrictamente culturales. Incluye la realización de compras.

Este modelo se fundamenta en el uso de alojamientos medios o baratos. Se trata de un colectivo que se orienta fundamentalmente hacia el uso de hoteles de tres estrellas o menor categoría, y también de campings y pensiones, y escasamente de hoteles de categoría superior. A menudo (21%), cuentan con problemas de alojamiento.

Los italianos que visitan Euskadi son más bien jóvenes, bien treintañeros o veintañeros, y acuden a Euskadi para una visita en pareja o con otras amistades. El uso del avión es importante para este colectivo, pero no tanto como el coche.

Los italianos bajo este modelo de visita tienden a hacer una preparación previa de su visita, para la que acuden indistintamente a distintos recursos, entre los que destaca ampliamente internet. Sin embargo, efectúan sus reservas previas a través de una agencia de viajes, para contratar bien el alojamiento en solitario, bien el alojamiento con desayuno.

Por lo demás, es un buen usuario de establecimientos de restauración, orientándose hacia los establecimientos de pintxos, a la carta y a los de menú del día indistintamente.

Presentan un uso acusado de las oficinas de turismo, de las que tienen una opinión bastante favorable.

CLASE 3. Turistas de renta muy alta. (5,2%)

La mayor parte del turismo de renta alta persigue en Euskadi un modelo estricto de turismo de ciudad. Viene indistintamente con la familia, la pareja o junto con amigos usando masivamente el avión como medio de transporte, en un viaje organizado ampliamente por una agencia de viajes y, quizás por eso mismo, con muy poca preparación previa personal, para estancias que fundamentalmente tienen una duración de entre cuatro y siete jornadas.

Las actividades culturales son fundamentales para este grupo. Estas se complementan con cualquier otra urbana como paseos, rutas urbanas o, en algunos casos, algo de vida nocturna. También están muy orientados hacia la gastronomía como actividad de la visita. De hecho, hacen un uso intensivo de restaurantes a la carta (67%) e incluso de restaurantes de alta cocina (33%), de los que son el mejor cliente potencial. También se inclinan hacia los pintxos. Es así mismo el conjunto de turistas más volcado hacia la realización de compras.

Bilbao representa como ninguna otra localidad del País Vasco la oferta buscada por este turista, en cualquier caso muy urbana, si bien Donostia-San Sebastián también resulta un destino atractivo para ellos. Estas localidades provocan una elevada valoración.

Las reservas incluyen el alojamiento con desayuno y, a menudo, el transporte. Es el turista que en mayor medida inserta Euskadi en rutas de mayor calibre, y el que más información sobre rutas internas recopila.

Este modelo es válido también para aquellos turistas que, teniendo estas mismas características de renta, vienen a Euskadi por motivos de negocio, fundamentalmente por asistencia a congresos.

Se trata de un colectivo maduro, por encima de los 40 años, ocupado y de procedencia muy diversa, pero con significativo peso británico y alemán.

CLASE 4. Modelo alemán de visita a Euskadi. (7%)

La visita de alemanes al País Vasco configura un modelo particular, fundamentado en una fuerte motivación laboral de la visita o, cuando menos, en algunas características propias de este tipo de visitas. Es un modelo de turismo de ciudad en el que la actividad cultural tiene mucha fuerza, pero en el que, por lo demás, solo abunda un turismo urbano genérico, sin demasiada implicación, con alguna dedicación específica hacia la ciudad visitada, los paseos, o la vida nocturna.

Son viajes que se desarrollan mayormente en compañía de amigos, tratándose a menudo de compañeros de trabajo, cuando las visitas lo son por este motivo, pero que también se realizan en solitario, para los que se utiliza el avión, y viajes igualmente en los que se hace uso de hoteles de categoría elevada, con un mínimo de tres estrellas.

Se trata de un colectivo casi exclusivamente orientado a las capitales, que se reparte de modo similar por ellas, y en esa medida, caracterizado por la gran incidencia que adquiere Vitoria - Gasteiz en sus preferencias.

Una mayoría de este conjunto (60%) prepara escasamente su viaje. Cuando busca información previa se decanta bien por la búsqueda en internet, bien por las agencias de viajes, preponderantes una vez realizan una reserva, que puede ser indistintamente de alojamiento, únicamente, de alojamiento con desayuno, o, también, de media pensión, o incluir el transporte, aunque se trata de uno de los conjuntos que en menor medida lo contratan.

Es un buen usuario de establecimientos gastronómicos de calidad, con un 51%, por ejemplo, de uso de restaurantes a la carta. No llega a la dedicación de la clase anterior hacia los restaurantes de alta cocina, pero constituye un buen cliente potencial para ellos.

Por lo demás, presenta la caracterización demográfica correspondiente al turismo alemán: una población ocupada, madura pero no de edad avanzada y de renta media.

CLASE 5. Viajeros establecidos en establecimientos no públicos. (9,1%)

Euskadi es receptora de un modelo de demanda fundamentado, aunque no en exclusiva, en las estancias en viviendas alquiladas a particulares, entre las que son abundantes las de larga duración, pero tampoco únicas, y que se realizan mayoritariamente en solitario.

Lo característico de este colectivo, en cualquier caso, es su alejamiento de los modelos más arraigados en Euskadi, bien el de turismo de ciudad, el de trabajo, bien incluso del habitual de otras ofertas de sol y playa.

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

No es un modelo de ocio puro aunque la actividad de ocio es abundante y se extiende fuera del ámbito de turismo de ciudad para acercarse a la actividad cotidiana del residente.

Participan de este modelo aquellos que realizan estancias por motivos de visita familiar, por motivos de ocio no convencionales, por terceros motivos ajenos al ocio, trabajo o familia, pero también tienden a él los viajeros de negocios con estancias de larga duración. Especialmente aquellos que acceden en busca de trabajo o por estudios desde orígenes alejados.

Así, son importantes, si bien en menor medida que en otros colectivos, las actividades que definen el modelo de turismo de ciudad, pero también otras más propias de la actividad cotidiana en el País Vasco o de otros colectivos no extranjeros, como la asistencia a cines, a festivales, a conciertos, a espectáculos deportivos, las compras, cada una de ellas en un porcentaje bajo pero significativo en conjunto, o la actividad en la playa.

Donostia-San Sebastián (43%) es la principal receptora de este turismo. En menor medida, también Bilbao es destino importante para ellos, pero también destacan por presentar una distribución territorial importante, en zonas tanto de interior como de costa.

Este colectivo realiza una gran preparación previa de su estancia, para lo que recurre a todo tipo de material y fuentes, entre las que destaca internet. Realiza reservas habitualmente, pero sobre todo para cerrar el transporte. Una vez en Euskadi, el que en menor medida hace uso de las oficinas de turismo.

Más del 60% de los turistas que conforman este modelo pertenecen a países no habituales, con especial incidencia Iberoamérica. De hecho este modelo de relación con el entorno vasco cuasicotidiana o semiresidente es uno de los dos modelos de visita propios de estos orígenes. Es propio de trabajadores de media y larga estancia, estudiantes, de edad joven o media y renta más bien baja.

CLASE 6. Modelo de descanso activo en establecimiento barato. (8,5%)

Euskadi cuenta con una demanda de descanso activo entre el turismo extranjero. El modelo se configura alrededor del camping u otros establecimientos de baja categoría como las pensiones. Pero, lo más importante, responde ante todo a motivaciones de visita urbanas, con gran actividad en las ciudades y, a menudo, motivaciones principales de tipo cultural, que llevan aparejadas un uso intensivo de las infraestructuras de playas existente.

No se trata, por tanto, de un modelo de sol y playa convencional, con actividad centrada en el descanso en la costa, organizado con paquetes hoteleros alrededor de establecimientos de cierta categoría y estancias medias.

Es un turismo joven, que se realiza preferentemente en compañía de la pareja, que utiliza sobre todo el coche para acceder a áreas costeras, incluyendo a Donostia-San Sebastián, o a Bilbao, para realizar estancias de entre 4 y 7 días, o menores, a menudo de fin de semana. La presencia francesa es muy importante en este colectivo, dado que este modelo combinado es propio para residentes en áreas relativamente cercanas o con una comunicación aérea fluida.

Euskadi es atractiva para este tipo de viajeros jóvenes, de rentas medias, habituadas a la realización de viajes cortos para conocer diferentes zonas, y que demandan ofertas combinadas con componentes culturales y urbanos significativos.

Los turistas de este modelo de visita utilizan internet o guías de viaje para obtener información previa, y no realizan ningún tipo de reserva previa.

Como cualquier grupo con inclinación campista, hace un escaso uso de los establecimientos gastronómicos, pero cuando lo hacen, se orientan hacia restaurantes de menú del día y establecimientos de pintxos, aunque también, en alguna medida menor, hacia restaurantes de menú a la carta.

CLASE 7. Turismo de corta estancia, de ruta o negocio. (15%)

Euskadi es receptora de un segundo modelo de turismo extranjero basado en las rentas altas. Se trata de un usuario de hoteles de categoría superior, de cuatro o cinco estrellas, con origen en países alejados, principalmente Norteamérica e Iberoamérica, pero también los del este europeo, que acceden a Euskadi para estancias cortas en las que desarrollan una actividad exclusivamente urbana pero no necesariamente con gran dedicación.

El cuerpo de ésta se centra en la actividad cultural y la gastronómica, y viene acompañada por alguna actividad urbana más de carácter genérico, como la realización de paseos por la ciudad. Orienta su actividad gastronómica fundamentalmente hacia los establecimientos de carta, pero tampoco es rara la inclinación hacia los establecimientos expendedores de pintxos, hacia la alta restauración, o los restaurantes del establecimiento de pernoctación.

Este modelo es propio de visitas de negocios, y de manera particular entre asistentes a congresos, pero, sobre todo, es el propio de aquellos extranjeros que realizan rutas amplias por Europa o por el Estado español y dedican algunas jornadas a la visita al País Vasco. Los itinerarios más importantes de los miembros de este colectivo son los que insertan Euskadi en rutas internacionales, normalmente con el sur francés, y, sobre todo, con la Comunidad de Madrid.

Para este modelo Donostia-San Sebastián es tan importante como Bilbao, y entre ambas recogen casi de modo exclusivo tanto destinos principales como los lugares visitados para la realización de actividades.

Es un turismo que se realiza entre amigos (o compañeros de trabajo), aunque también a menudo en pareja, para el que se hace un uso masivo del avión, que requiere habitualmente de cierta preparación previa, para la que se recurre masivamente a las agencias de viajes, y muy poco a cualquier otra fuente. Acude a estas mismas agencias para realizar sus reservas de alojamiento con desayuno y transporte, especialmente, aunque hace un uso importante también del alojamiento en régimen en media pensión.

Este colectivo se encuentra a menudo poco satisfecho con el alojamiento utilizado durante su estancia en el País Vasco, tanto por aspectos referentes a la calidad del mismo como por el precio.

CLASE 8. Turismo urbano cercano de corta estancia. (25%)

Francia y Gran Bretaña, principalmente, proporcionan un turismo de ciudad de corta estancia, a menudo de fin de semana, pero a veces también de hasta una semana completa, que complementa una orientación fundamentalmente urbana de sus actividades, como paseos o conocer la ciudad o, de manera especial, las culturales, con otras de costa y playa.

Es también activo en la realización de compras, aunque no excesivamente, y en actividades gastronómicas, para las que hace uso de establecimientos de menú, de carta o de pintxos. Donostia-San Sebastián y Bilbao destacan como destinos dentro de Euskadi, pero su área de distribución se extiende a los municipios costeros.

A diferencia de otros colectivos de origen cercano o bien comunicado, este turista hace uso de establecimientos de categoría media, principalmente hoteles de tres y dos estrellas, aunque también de categoría infe-

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

rior, para viajes en pareja, aunque no exclusivamente, de cualquier edad. Es el colectivo que peor impresión tiene tanto de la calidad, especialmente, como de los precios de estos establecimientos.

Como fuentes de información previa recurre indistintamente a agencias de viaje, a internet o a libros y guías de viaje. La reserva telefónica directa de servicios es tan importante como la agencia de viajes para un colectivo que la realiza en la mayor parte de las ocasiones. Reservan bien alojamiento junto con desayuno, bien únicamente el alojamiento.

El coche domina sobre el avión claramente entre los pertenecientes a esta tipología de viajeros, dándose además un uso significativo del autobús, tren y barco.

CLASE 9. Turismo con uso de internet para la realización de la reserva (7,6%)

Uno de los perfiles diferenciados del turismo extranjero en Euskadi viene dado por los usuarios de internet para la realización de la reserva.

Se trata de un turista de ocio urbano con muy fuertes motivaciones culturales, visitante asiduo de museos. Además de las actividades culturales desarrolla también otras propias del turismo de ciudad, pero también, en algunos casos, otras lúdicas de playa. En este contexto, orienta su visita masivamente hacia las capitales, y entre ellas a Bilbao.

Por supuesto, el uso de internet es masivo en la búsqueda de información sobre el destino, siendo muy escasa cualquier otra fuente. A pesar de ello, ya en destino es de los colectivos que en mayor medida recaba información en los establecimientos de pernoctación. Casi la mitad de ellos reserva el alojamiento junto con el desayuno, y son también muchos (30%) los que únicamente contratan el alojamiento. Un cuarto de ellos contrata también así el transporte.

Este conjunto se orienta claramente hacia las estancias propias del turismo de ciudad, de entre cuatro y siete jornadas, en las que se aloja fundamentalmente en hoteles de tres estrellas. Realizan sus viajes en buena medida en compañía de su pareja.

Tienen una orientación gastronómica muy especializada, con gran uso de establecimientos de pintxos y de restaurantes a la carta, si bien los establecimientos de menú también son muy importantes.

El origen más destacado en el aporte de este tipo de viajeros es Gran Bretaña, aunque la presencia norteamericana en su conformación es también considerable. Es un turista joven o de edad mediana, de hasta 50 años, ocupado, de renta media o media – alta.

CLASE 10. Turismo en establecimiento rural. (3,9%)

El turista que se aloja en establecimientos rurales es el único entre los extranjeros que presenta un modelo vacacional de naturaleza, si bien imbricado dentro de uno más general, que llega a combinar este aspecto junto con una oferta urbana y cultural, y una específica de playa.

Siendo las actividades de campo muy importantes, no son ni masivas ni mucho menos aún exclusivas. Son grandes visitantes de lugares de interés histórico, y también de otros de interés religioso, completando una actividad muy intensa que incluye la mayor parte de la oferta vasca. Además es muy activo en términos gastronómicos e, incluso, lo es en la realización de compras.

Esta combinación de naturaleza, visita de poblaciones pequeñas, turismo de ciudad y playa es precisamente el atractivo principal de la oferta de alojamiento rural en Euskadi, y en ese contexto debe entenderse la primacía de los destinos de la costa guipuzcoana y de Donostia-San Sebastián entre las capitales, capaces de aportar los tres elementos al tiempo. En cualquier caso, el interior alavés acoge una presencia (18%) de este colectivo, de la que carece para ningún otro extranjero.

Es éste el colectivo que en mayor medida hace uso de la información que pueda proporcionar el establecimiento. Principalmente se interesa por información sobre rutas a realizar, pero también por establecimientos gastronómicos y por la existencia de actividades festivas. Esta información es valorada muy positivamente por estos usuarios.

El turista alojado en establecimientos rurales usa masivamente el vehículo propio para el desplazamiento. Los establecimientos rurales parecen encontrar ciertas dificultades para la atracción de turistas que hagan uso del avión para el desplazamiento principal.

Sin ser escasos los viajes en compañía familiar o de amistades, estas visitas son dominadas por las estancias en pareja. Realizan en muy pocas ocasiones una preparación previa, y cuando lo hacen, recurren principalmente a internet. Cuando realizan reserva lo hacen principalmente de modo directo con el establecimiento, aunque tampoco son escasos los recursos para ello a una agencia o la utilización de internet. La reserva suele incluir normalmente el alojamiento y desayuno, o únicamente el alojamiento, aunque la contratación de la media pensión es de las más elevadas entre los turistas extranjeros.

Las estancias más frecuentes de este tipo de viajero son las que se sitúan entre los 4 y 7 jornadas de pernoctación.

Por orígenes, tienen una presencia considerable los franceses, alemanes e italianos. Especialmente significativa es la proporción de alemanes (15%), con una presencia en estos establecimientos considerablemente superior a la que presenta en términos generales en Euskadi.

Las rentas de este colectivo son medias o media – altas, y su edad se reparte por todo el arco, con primacía de las situadas entre los 30 y 50 años.

CLASE II. Turismo alojado en establecimientos no habituales. (2,7%)

Albergues y residencias estudiantiles, viviendas alquiladas a través de agencias y viviendas en propiedad son alojamientos apropiados para visitantes de estancias medias y largas. Acogen, entre otros, a visitantes por trabajo en periodos determinados y estudiantes, pero también a algunos viajeros por ocio que comparten algunas características con ellos.

Es ante todo un colectivo extremadamente joven, en comparación con el resto, que presenta un modelo de estancia semiresidente activo, con gran actividad cultural, abundantes visitas a lugares destacados por motivos históricos, culturales o religiosos, muy implicado en la visita y conocimiento de ciudades, con gran actividad de playa, activo en la realización de compras.

Solo presenta una actividad inferior a la del resto de extranjeros en cuanto a la actividad gastronómica, de modo acorde a un modelo de estancia y al alojamiento privado o extrahotelero. Sin embargo, su valoración de la gastronomía vasca está más extendida que la de cualquier otro colectivo turístico.

Su actividad gastronómica tiene mucho que ver con un modelo de residente, con actividad ligada al ocio cotidiano. Se desarrolla en gran medida en locales de platos combinados, pizzerías, locales de cocina extran-

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

jera o sidrerías y bodegas, y, especialmente, en establecimientos de pintxos. También hace uso de establecimientos de menú y a la carta.

Donostia-San Sebastián es la principal receptora de este turismo, pero este modelo se caracteriza por una distribución muy amplia por el territorio vasco, de la que únicamente quedan de alguna manera excluidas el conjunto de Araba y el interior vizcaíno.

Británicos, franceses y, ya en un segundo orden, latinoamericanos son los mejores donantes de este tipo de turistas. Son de renta media, preferentemente, o media alta.

CLASE 12. Modelo de visita grupal. (4,9%)

Uno de los formatos de visita turística al País Vasco por parte de los extranjeros es el de los grupos que integran familiares y amigos, al tiempo (dobles parejas, familias con amistades integradas, etc.). Se trata de visitantes de edad madura y a menudo, en ruta.

Este formato solo existe para visitas por ocio o, en algunos casos, pocos, para visitas por motivos de visita familiar, desarrollando, concretamente una visita bajo modelos de ocio de ciudad, pero ante todo, de carácter cultural, bien por la visita a museos como por la visita de lugares de interés, bien histórico, arquitectónico o religioso. Los paseos y visitas a las ciudades lo son siguiendo este patrón. Además, complementan este modelo con una gran actividad gastronómica, y, en algunos casos, con actividad de playa, pero ésta no define necesariamente las visitas de este colectivo. También pueden desarrollar alguna actividad de compras, pero, igual que en el caso anterior, estas no definen más que parcialmente el modelo.

Este colectivo se dirige principalmente a Bilbao, pero también a Donostia-San Sebastián y a zonas del interior guipuzcoano y alavés. Es, de hecho, de los colectivos que en mayor medida puede dirigirse a zonas de interior. Tiene cierta tendencia por el alojamiento en pensiones, especialmente cuando acuden a zonas de interior o costa, pero tampoco son raras las estancias en hoteles de categoría media o superior.

Este colectivo hace bastante uso de la información proporcionada por los establecimientos en que pernocta, para pedir principalmente información sobre rutas turísticas o, en menor medida, sobre gastronomía o fiestas. Un tercio de ellos, menos por tanto, hace además uso de las oficinas de turismo para obtener esta información.

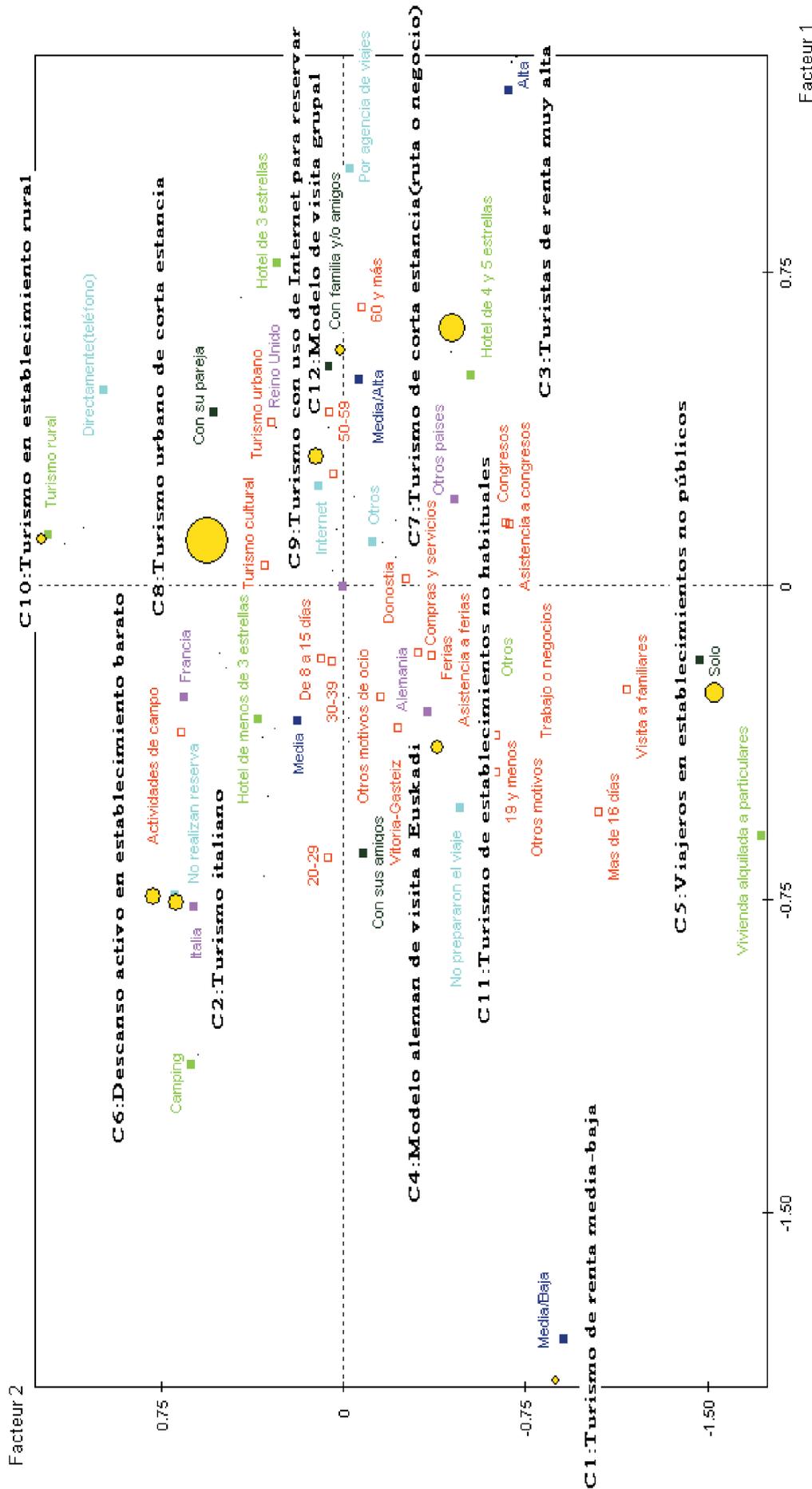
Se trata de visitas muy rápidas, a menudo de una o dos jornadas, que pueden ser suficientes en la medida en que se centran más en el objetivo fundamental de esta clase de visitas, la visita cultural, o extienden el modelo a un turismo de ciudad más completo.

Las mejores valoraciones de este conjunto se centran en la gastronomía, si bien en este aspecto se sitúan por debajo de la media del turismo extranjero, a pesar de ser bastante activos, y al respecto del museo Guggenheim. Su actividad gastronómica es muy especializada, destacándose como clientes de establecimientos de pintxos, de restaurantes a la carta y, también, de establecimientos de alta cocina.

Estas visitas son propias para una población situada en entornos geográficos no excesivamente alejados (franceses), o al menos, bien comunicados por vía aérea (británicos), o para turistas en ruta turística (iberoamericanos o, sobre todo, norteamericanos, principalmente).

Este modelo es realizado por una población madura, por encima de los 40 años y compuesta en buena parte por jubilados, y de rentas medias o media altas.

3.1.2 MAPA FACTORIAL DE TURISTAS EXTRANJEROS



Nota interpretativa del mapa factorial: Anexo

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

Para este mapa, se ha proyectado el conjunto de variables y tipos sobre los dos primeros ejes, que explican en este caso el 14% de la información original, si bien este porcentaje es una estimación pesimista y realmente el plano tiene mayor potencial descriptivo. En cualquier caso, este mapa nos permite establecer unas primeras conclusiones importantes, dado que utiliza los principales ejes de asociación entre las variables de un modelo general de partida que explica hasta un 65% de la información original de modo asociado.

En el mapa factorial, se han proyectado en rojo las modalidades de las variables ilustrativas que dan información adicional a las tipologías y el resto de colores corresponden a las modalidades de las variables activas.

La estancia de extranjeros en Euskadi se divide claramente en función de modelos de negocio o de ocio.

Los primeros se caracterizan por el uso de establecimientos hoteleros de categoría superior, si bien existe un modelo concreto entre ellos, el de búsqueda de empleo y asentamiento laboral por períodos largos, que se constituye como usuario de vivienda alquilada a particulares.

Frente a estos, los diversos modelos de ocio se asientan en el resto de alojamientos, con algunas claras divisiones. Hoteles de tres estrellas y menos categoría, y establecimientos rurales son propios para visitas cuyo núcleo principal es el ocio urbano, y para estancias en pareja. Por el contrario, las visitas con fuertes orientaciones hacia la playa o la actividad en la naturaleza tienden al camping, para visitas realizadas entre amistades.

Alemania y los países con pocos aportes tienden hacia modelos de negocio sobre los de ocio. Por el contrario, en Francia, Italia y Reino Unido, los aportes más importantes lo son bajo modelos de ocio.

3.2 TIPOLOGÍAS DE TURISTAS RESIDENTES EN ALEMANIA

3.2.1 TIPOLOGÍAS DE TURISTAS ALEMANES

En el análisis de tipificación realizado para este colectivo se han considerado como variables más significativas las relacionadas con la información sociodemográfica, su forma de viajar, el tipo de alojamiento y las noches que pernoctan y el origen del turista.

Se han obtenido 12 clases de turistas que se han proyectado sobre los dos primeros ejes factoriales.

Variables para el análisis de tipificación.

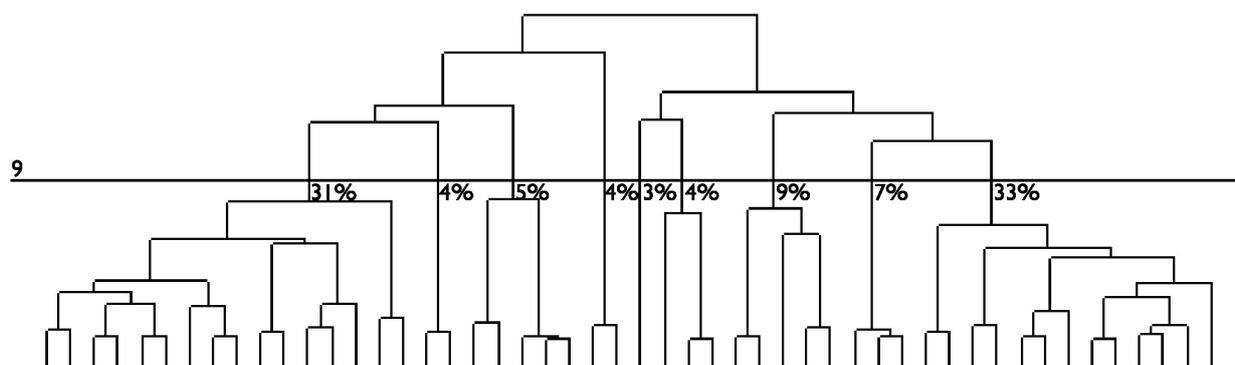
<ul style="list-style-type: none"> • Origen del turista 	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de renta
Bade-Wurttemberg.	Alta.
Bayern(Munich).	Media/Alta.
Berlin.	Media.
Bremen.	Media/Baja.
Brandenburg.	
Hamburg.	
Hessen.	
Nordhein/Westfalen.	
Resto Alemania.	
	<ul style="list-style-type: none"> • Medio de transporte
	Avión.
	Coche.
	Autobús.
	Otros medios.
<ul style="list-style-type: none"> • Forma de viajar 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivo principal del viaje
Solo.	Trabajo o negocios en general.
Con su pareja.	Asistencia a ferias.
Con su familia.	Asistencia a congresos.
Con sus amigos.	Turismo de sol y playa.
Con su familia y/o amigos.	Campo y naturaleza.
	Turismo cultural.
	Turismo urbano.
	Otros motivos de ocio.
	Otros motivos.
<ul style="list-style-type: none"> • Forma de reserva 	<ul style="list-style-type: none"> • Número de pernoctaciones
No prepararon el viaje.	1 día.
No realizaron reserva.	2 días.
Agencia de viajes.	3 días.
Directamente (teléfono).	De 4 a 7 días.
Internet.	De 8 a 15 días.
Otros.	Más de 16 días.
<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento principal del viaje 	<ul style="list-style-type: none"> • Edad
Hoteles de 5 y 4 estrellas.	Hasta 29.
Hoteles de 3 estrellas.	30-39.
Hoteles de menos de 3 estrellas.	40-49.
Vivienda alquilada a particulares.	50-59.
Turismo rural.	Más de 60
Camping.	
Otros alojamientos.	
<ul style="list-style-type: none"> • Zona de encuestación. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Lugares de encuestación 	

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

A partir de los resultados del análisis de correspondencias se ha realizado el análisis cluster con los primeros 22 factores que explican un 73% de la información.

El dendograma sugiere la existencia de 9 clases, cuya interpretación es la siguiente:

Dendograma para turistas alemanes



CLASE I. Turismo completo con pareja o familia (38%)

El modelo más importante de turismo alemán busca una estancia diversa y completa, con una gran orientación hacia el turismo de ciudad pero con importantes componentes culturales, y, así mismo, un aprovechamiento de las posibilidades costeras, en un contexto de disfrute familiar o de pareja, aunque también cabe este tipo de visitas entre amistades.

El aspecto cultural, con visitas a museos o a lugares con interés histórico se constituye como objetivo central de estas estancias, junto con los paseos y las rutas por la ciudad. En este sentido sigue la pauta más general de aprovechamiento de las visitas a Euskadi, véase la inserción de las actividades de playa en un típico turismo de ciudad con preponderancia de la actividad de carácter cultural en este caso.

Esta integración de elementos variados se da especialmente en las áreas costeras, y entre ellas, Donostia-San Sebastián es la que en mejor proporción proporciona las características demandadas. En cualquier caso, la importancia de Bilbao, en base a su oferta cultural museística, es muy elevada.

La actividad gastronómica es muy importante, formando prácticamente parte de la tendencia a la actividad cultural propia de esta clase. Es importante la actividad en restaurantes a la carta y en establecimientos de pintxos, lo que mejor representan la tendencia hacia la gastronomía especializada, y muy significativa también la considerable afluencia a restaurantes de alta cocina. También destaca el uso de establecimientos de menú del día.

Se trata de visitas de duración propias del turismo de ciudad (4 – 7 jornadas), aunque también son importantes las de menor duración, o las que se extienden hasta las dos semanas de duración. Este modelo de turista se establece indistintamente en camping o en hoteles, con preponderancia en este caso de los establecimientos de tres estrellas. El viajero recaba en ellos información sobre rutas turísticas por el entorno. Tiende a considerar estos establecimientos con un precio normal.

Las fuentes previas a las que recurre este turista para llevar a cabo su viaje son internet, principalmente, las agencias de viaje y las guías turísticas. Realiza habitualmente reserva, especialmente a través de las agencias de viaje, pero también de modo directo y con internet. Puede reservar indistintamente alojamiento con

desayuno, media pensión o alojamiento sin manutención. Además, reserva el transporte en algunos casos. Se trata de uno de los colectivos más inclinados al alquiler de vehículos.

Es un colectivo con una elevada distribución por edades, destacando únicamente las edades intermedias entre los 30 y 50 años, y de rentas medias, especialmente, y media – altas. Cualquier departamento alemán puede proporcionar viajeros bajo este modelo.

CLASE 2. Turismo de campo y naturaleza. (4,5%)

Euskadi no cuenta prácticamente con modelos de turismo extranjero de naturaleza, y menos aún con modelos puros y exclusivos de este género.

Sin embargo, dentro del contingente de turismo alemán se da un prototipo de turismo de naturaleza, en tanto que éste es el motivo principal declarado de la visita. Sin embargo, esa primera intención se manifiesta en destino más como una unión de un modelo de sol y playa con otro de turismo urbano, atravesados ambos con importantes actividades de naturaleza, como paseos por los entornos de campo aledaños al alojamiento o visitas a parques naturales.

Se trata por tanto de un modelo de actividad muy diversa, con fuertes componentes culturales y urbanos, mucha actividad en la playa y actividad de naturaleza, para un turista que pernocta bien en campings bien en alojamiento rural, en estancias de, preferentemente, entre 4 y 7 jornadas.

La actividad gastronómica es muy importante para este grupo, así como, en menor medida, la festiva. Ambos elementos, junto con las posibles rutas a realizar en el entorno del establecimiento de pernoctación, son los aspectos de la oferta de los que este colectivo demanda información en los propios establecimientos o en las oficinas de turismo. Además, es un grupo muy activo en la realización de compras. Desarrolla su actividad gastronómica principalmente en restaurantes de menú del día o en establecimientos de pintxos.

Donostia-San Sebastián es la ciudad que mejor recoge los requisitos demandados por el turista de naturaleza alemán, dadas las posibilidades conjuntas de turismo urbano, cultural, de playa y de naturaleza de su oferta. Esta demanda se extiende por la costa guipuzcoana, pero apenas tiene lugar en otras zonas de Euskadi. Se trata de un turismo de orden familiar o de pareja, de cualquier edad entre los 20 y los 60 años, aunque con mayor frecuencia entre los 40 y los 50 años y de renta media o media baja.

Este turista utiliza el coche para acercarse a Euskadi en mucha mayor medida que el avión. El alojamiento (camping y establecimiento rural), así como los destinos elegidos (Donostia-San Sebastián y la costa guipuzcoana), junto con el nivel de renta y el carácter familiar de la visita, parecen determinar este aspecto. Como fuentes de información previas recurre tanto a internet, como a guías, folletos o a agencias de viaje. A estas últimas accede para realizar una reserva de alojamiento sin complementos. Cuando accede por vía aérea alquila coche con frecuencia.

Dentro de Alemania presenta un origen muy diverso, con solo una pequeña primacía berlinesa.

Este colectivo encuentra a menudo problemas de alojamiento, asociados en este caso a la pretensión de alojamiento rural más que de camping.

CLASE 3. Turismo en grupo. (4,4%)

El turismo alemán en grupo tiene una vocación prioritariamente cultural, en un contexto de visita urbana. Es un modelo en el que Bilbao y sus museos ocupan el centro mismo de las motivaciones del viaje, y en el que la realización de actividades se extiende a otras actividades con connotaciones culturales importantes,

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

como la realización de rutas para el conocimiento de lugares de interés histórico o la realización de rutas por las ciudades visitadas para conocer éstas. Pero si Bilbao es en algún momento destino común para esta clase de visitas, el alojamiento puede estar más repartido. A este respecto, Donostia-San Sebastián, especialmente, pero también distintos municipios costeros o de interior vizcaínos, son válidos para la pernoctación.

Las actividades de playa son un complemento relativamente habitual para este colectivo, pero no así tanto las gastronómicas.

Habitualmente, se trata bien de colectivos que vienen a juntar visitas de carácter familiar que integran amistades en el viaje, bien grupos familiares diferentes, o bien, también con estos rasgos, viajes en grupos amplios que utilizan a menudo el autobús (16%) como medio de transporte. Por lo demás, pueden acceder tanto en vehículo propio como por vía aérea.

Este tipo de colectivos realiza una fuerte preparación previa de su viaje, para lo que recurre principalmente a internet, pero también a agencias de viaje y a guías. Realizan reservas que incluyen el alojamiento con desayuno, para lo que recurren tanto a agencias de viaje como a la comunicación telefónica directa o a internet.

Estos grupos realizan estancias de entre 4 o 7 días o superiores.

CLASE 4. Turismo de vivienda alquilada a particulares. (7%)

El turismo alemán alojado en Euskadi en vivienda particular alquilada puede responder a modelos de visita diferenciados. Puede tratarse de estancias por estudios, de visitas en busca de motivaciones asociadas a la playa con componentes de actividad urbana, o bien de modelos de visita puramente urbanos con fuertes, pero no masivos, rasgos culturales. Todos tienen en común la realización de estancias de duración más bien amplia, muchas veces superiores a las dos semanas, aunque también son importantes las estancias de entre 4 y 7 días.

Se trata de visitas que se realizan en compañía de amistades, preferentemente, para las que no se suele efectuar ninguna preparación previa, y en las que se contrata, normalmente por medio de una agencia de viajes, el transporte. Éste puede incluir a veces el alquiler de un coche en destino. Tampoco recurre a las oficinas de turismo en destino.

Es un colectivo joven, que hace uso de establecimientos bodegueros o de platos combinados más que ningún otro, de acuerdo a un modelo de estancia a menudo semiresidente en el que la restauración se asocia a momentos de ocio de carácter cotidiano.

CLASE 5. Asistentes a congresos. (2,7%)

Las visitas de alemanes por asistencia a congresos tienen una duración más bien corta, con las tres jornadas de pernoctación como frecuencia más significativa, y se desarrollan en su totalidad en las capitales vascas, destacando Bilbao sobre el resto. Como en toda clase con presencia de colectivo de negocios alemán, Vitoria – Gasteiz es importante como destino.

El asistente a congresos alemán utiliza de manera exclusiva el avión para su desplazamiento. Tiende a no realizar ningún tipo de reserva, y tampoco suele alquilar vehículo en su destino. Hace uso de establecimientos hoteleros de cuatro o cinco estrellas.

El modelo de visita del asistente a congresos se circunscribe mucho a la actividad principal de la visita. Es un visitante que aprovecha para realizar algún tipo de actividad urbana genérica de baja intensidad, que solo a veces incluye elementos culturales. Es un modelo carente además de otro tipo de querencias, bien de playa o de naturaleza. De entre todas las actividades, solo la gastronómica tiene un cierto nivel de práctica, más allá

de las propias necesidades del viaje. Hace un gran uso de establecimientos a la carta y de pintxos, y en menor medida de establecimientos de menú del día. Es, de entre los turistas por negocios, el más volcado hacia los establecimientos de alta cocina, si bien no es de los colectivos de alemanes más orientados a su práctica.

Su origen está muy repartido por regiones.

CLASE 6. Asistente a ferias. (4,2%)

El asistente a ferias alemán es un visitante de renta media alta, que hace uso de los hoteles de categoría superior, para estancias que bien pueden ser de hasta 7 días, muy centradas en las motivaciones principales que generan la visita. Solo desarrollan una actividad de turismo urbano muy genérico (pequeños paseos, etc), acompañados en algunas ocasiones de visitas culturales y de alguna actividad gastronómica. Esta actividad se reparte entre los establecimientos de menú a la carta, de pintxos y de menú del día. Otros rasgos propios de este grupo son:

- La mayoría de estas visitas se realizan en compañía de compañeros laborales
- El uso del avión es masivo entre este colectivo.
- No realiza preparaciones previas.
- Las reservas corren a cargo de la empresa de trabajo del visitante. Reservan el alojamiento junto con el desayuno.
- Berlín se destaca ampliamente como origen de estos viajeros.

CLASE 7. Turismo joven, de renta media - baja. (8,3%)

Una de las tendencias del turismo alemán consiste en un turismo más bien joven, de renta más bien baja con un modelo de visita muy diverso y activo, con importante orientación tanto hacia el ocio urbano, a menudo pero en menor medida que otros colectivos alemanes, también cultural, como hacia un modelo de uso de la red de playas.

Estos dos modelos principales se ven acompañados además por una actividad que solo suele darse en modelos de larga estancia o entre residentes y excursionistas sin pernoctación. Así, pueden ser activos en la visita a lugares de interés histórico, en actividades senderistas, en actividades festivas, en la realización de deportes acuáticos, en la participación en espectáculos o en la asistencia a festivales de cine, además de en la realización de compras. No son dedicaciones masivas ninguna de ellas, ni todas son realizadas por todo el colectivo. Lo importante es que muestra una querencia por el aprovechamiento de la estancia con actividades que van más allá del modelo de visita urbano o de playa, a menudo aprovechando la oferta de ocio cotidiano o la particular del lugar visitado en ese momento.

Este turista acude preferentemente con vehículo, si bien el uso del avión es también considerable entre ellos, en viajes en pareja o entre amigos, a menudo sin preparación previa, realizando reservas bien por agencia bien vía telefónica, para la realización de visitas de hasta una semana o hasta dos semanas.

Acude principalmente a establecimientos de menú del día, aunque presentando una querencia muy elevada también por bodegas y sidrerías, establecimientos de platos combinados, o establecimientos de comida rápida y pizzerías.

Algunos visitantes por trabajo también configuran este colectivo de visita con nivel de integración importante, aunque en este caso las jornadas de pernoctación tienden a ser muy inferiores.

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

Este turismo tiene especial querencia por las capitales, especialmente Donostia-San Sebastián y Bilbao, aunque también se distribuye a menudo tanto por cualquier área costera como, en menor medida, de interior.

Bremen es el departamento que mejor se asocia con este tipo de turismo.

CLASE 8. Turismo de integración de trabajo y ocio. (25%)

El departamento de Brandemburgo proporciona un modelo muy puro de turismo de ciudad. Se trata de un turismo de capitales, en el que Vitoria - Gasteiz se configura como destino principal a menudo, y en el que la visita de carácter cultural prima en un contexto de visita muy urbano, integrado por paseos, visitas a lugares de interés o rutas urbanas para conocer estas ciudades. Cuando la ciudad visitada es Donostia-San Sebastián puede incluir actividades de playa.

Lo más característico de este modelo de visita es en cualquier caso que puede originarse en un conjunto con motivaciones principales tanto de ocio como de trabajo. Y, en esta medida, viene a definir a los turistas de trabajo con una mayor dedicación hacia actividades de ocio, principalmente culturales.

Las estancias de este tipo se circunscriben a una duración de entre 4 y 7 días. Se alojan en hotel, y realizan reservas en las que contratan masivamente alojamiento con desayuno, con poco margen para otras alternativas. Hacen mucho uso de la información proporcionada por el establecimiento de pernoctación, que puede ser de orden muy diverso. Especialmente consulta información de rutas a realizar, pero pueden buscarla también sobre cine, gastronomía, información festiva, o referente a las playas.

Tiene preferencia hacia establecimientos de menú del día y a la carta, aunque un porcentaje importante (11%) es también usuario de establecimientos de alta cocina.

CLASE 9. Turismo de trabajo mayoritario (25,6%)

El modelo alemán de trabajo más extendido hace referencia a un viajero que realiza visitas de hasta una semana de duración máxima, en la que se aloja en hoteles de tres estrellas o más, que viaja en avión y que tiene como destino las capitales, y, entre ellas, principalmente Vitoria – Gasteiz. Realiza habitualmente el viaje junto con compañeros de trabajo, aunque también puede hacerlo en solitario.

El viajero de trabajo alemán suele realizar algún tipo de actividad urbana paralela, bien paseo, rutas urbanas, visitas culturales o salidas nocturnas. Es más una querencia hacia la realización de alguna de ellas que una actividad masiva hacia alguna de ellas (menos aún, lógicamente, hacia todas al tiempo).

La relación de este colectivo con la gastronomía viene dada por las necesidades de manutención. Recurren para ello a establecimientos de menú a la carta, menú del día, los propios del establecimiento donde se realiza la pernoctación o los de pintxos.

No realiza una preparación previa del viaje ni recaba información en destino, ya en oficinas de turismo como en los establecimientos de pernoctación. A menudo tampoco realiza reserva previa, y si lo hace, reserva el alojamiento junto con el desayuno.

Es un conjunto más bien joven, en tanto la mitad de ellos cuenta con entre 30 y 40 años de edad, y de renta media o media alta.

El área de origen que mejor se asocia a este modelo es Hessen, aunque cualquier área industrial se asocia significativamente con él.

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

Para este mapa, se ha proyectado el conjunto de variables y tipos sobre los dos primeros ejes, que explican en este caso el 12% de la información original, si bien este porcentaje es una estimación pesimista y realmente el plano tiene mayor potencial descriptivo. En cualquier caso, este mapa nos permite establecer unas primeras conclusiones importantes, dado que utiliza los principales ejes de asociación entre las variables de un modelo general de partida que explica hasta un 73% de la información original de modo asociado.

En el mapa factorial, se han proyectado en rojo las modalidades de las variables ilustrativas que dan información adicional a las topologías y el resto de colores corresponden a las modalidades de las variables activas.

Los ejes del mapa factorial definen la orientación y motivo principal de las visitas, hacia el ocio o el trabajo (Eje 1) y la duración de éstas (Eje 2).

Puede observarse la conformación de tres grandes grupos de clases. Los de negocio, compuestos por aquellos que acceden por diversos motivos de trabajo, por asistencia a ferias o a congresos, los de ocio de ciudad, modelos en los cuales tienden a integrarse, paradójicamente, aquellos que acceden bajo modelos de ocio de naturaleza, y, por fin, aquellos de ocio muy orientados al disfrute de la playa. Constituyen éstos modelos relativamente diferenciados, si bien todos ellos cuentan, en mayor o menor medida, con componentes de ocio urbano.

Las estancias menores se asocian a los motivos de visita por negocio, en tanto que los motivos de sol y playa aportan las mayores estancias. También el alojamiento se ve atravesado por estos modelos. Los de negocio se orientan claramente hacia los hoteles de cuatro y cinco estrellas, frente a un uso preferente del alquiler y camping en los modelos de sol y playa, y de los hoteles de tres estrellas y establecimientos rurales de los modelos de ocio de ciudad.

3.3 TIPOLOGÍAS DE TURISTAS RESIDENTES EN FRANCIA

3.3.1 TIPOLOGÍAS DE TURISTAS FRANCESES

En el análisis de tipificación realizado para este colectivo se han considerado como variables más significativas las relacionadas con la información sociodemográfica, su forma de viajar, el tipo de alojamiento donde se alojan y las noches que pernoctan y el origen del turista.

Se han obtenido 11 clases de turistas que se han proyectado sobre los dos primeros ejes factoriales.

Variables para el análisis de tipificación.

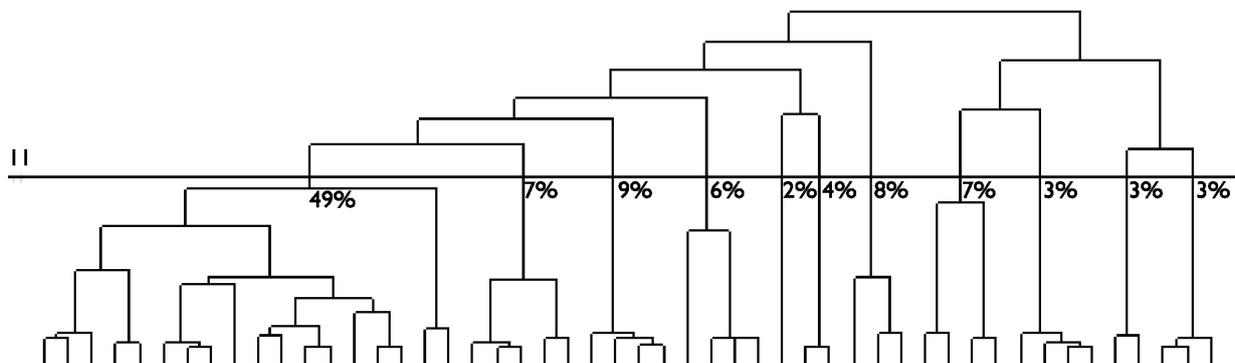
<ul style="list-style-type: none"> • Origen del turista <p>Iparralde-Pays Basque. Resto de Pyrennees. Landes. Gironde(Bordeaux). Resto. Midi Pyrennees. Languedoc-Rousillon. Pays de la Loire. Bretagne. Poitou.Charentes. Limousin. Centre(Orleáns). Ile de France(Paris). Resto de Francia.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nivel de renta <p>Alta. Media/Alta. Media. Media/ Baja.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Forma de viajar <p>Solo. Con su pareja. Con su familia. Con sus amigos. Con su familia y/o amigos.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Medio de transporte <p>Avión. Coche. Autobús. Tren. Resto.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Forma de reserva <p>No prepararon el viaje. No realizan reserva. Por agencia de viajes. Directamente(teléfono). Internet. Otros.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Motivo principal del viaje <p>Trabajo o negocios. Asistencia a ferias. Asistencia a congresos. Visita a familiares. Turismo de sol y playa. Actividades de campo. Turismo cultural. Turismo urbano. Otros motivos de ocio. Otros motivos.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Edad <p>19 y menos. 20- 29. 30-39. 40-49. 50-59. Más de 60.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Número de pernoctaciones <p>1 día. 2 días. 3 días. De 4 a 7 días. De 8 a 15 días. Más de 16 días.</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Zona de encuestación 	<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento principal del viaje <p>Hoteles de 5 y 4 estrellas. Hoteles de 3 estrellas. Hoteles de menos de 3 estrellas. Vivienda alquilada a particulares. Turismo rural. Camping. Otros alojamientos</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Lugares de encuestación 	

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

A partir de los resultados del análisis de correspondencias se ha realizado el análisis cluster con los primeros 16 factores que explican un 69% de la información.

El dendograma sugiere la existencia de 11 clases, cuya interpretación es la siguiente:

Dendograma para turistas franceses



CLASE I. Turismo de ciudad (47,6%)

Con casi la mitad de las visitas, el modelo de turismo de ciudad es claramente el más destacable entre los franceses que visitan Euskadi, aún si tener en cuenta que este modelo se extiende con matices a algunas otras clases.

Se trata de un modelo de visita completamente orientado hacia la visita de localidades vascas, con una fuerte implicación cultural, bien a través de la visita a monumentos, edificios, o a cualquier lugar de interés por motivos históricos, bien por la afluencia a museos.

Este modelo se ve complementado con una importante actividad gastronómica, con una cierta actividad nocturna, con la realización de compras, y, especialmente, con un aprovechamiento importante de la red de playas existente en el País Vasco. Todos ellos constituyen los complementos habituales, especialmente este último, del turismo de ciudad en Euskadi.

Es un asiduo de los establecimientos de pintxos, acudiendo por lo demás a los establecimientos de menú del día o a la carta para las comidas más formales. En cualquier caso, no es raro entre este colectivo la afluencia hacia establecimientos de comida rápida, bodegas, o establecimientos de platos combinados.

Este modelo es muy propicio para acoger visitas del sur francés, del arco comprendido entre Burdeos y los pirineos atlánticos (Pau, Tarbes...), zonas bien comunicadas por carretera y que aportan un turismo de visita de pocas jornadas (hasta siete jornadas normalmente), a menudo acomodado al fin de semana. El aporte de la región parisina es también importante. Es también muy acorde con la realización de visitas en pareja.

Las áreas de distribución de este modelo turístico son las capitales guipuzcoana y vizcaína y la costa vasca, con cierta preminencia de la vizcaína sobre la guipuzcoana. Es un colectivo más bien maduro, repartido entre los 20 y los 60 años, pero ni de edad avanzada ni excesivamente joven, que puede alojarse en cualquier establecimiento público, incluido los campings, pero que tiene especial preferencia por los establecimientos de menos de tres estrellas, y en general más bien por el establecimiento barato.

Este colectivo no suele realizar una preparación previa. Cuando lo hace, tiende a buscar en fuentes directas, internet especialmente, pero también en guías de viaje. Sí realiza, sin embargo, una reserva, para lo que recurre indistintamente a la petición telefónica directa con el establecimiento de pernoctación o a la mediación de una agencia de viaje, para la contratación bien del alojamiento con el desayuno, bien únicamente del alojamiento. Como colectivo que utiliza masivamente el coche es rara la reserva del transporte.

Es un colectivo habitualmente satisfecho de su estancia en Euskadi, que no suele utilizar las oficinas de turismo, y que valora con mucha frecuencia tanto el paisaje y entorno, como las localidades visitadas, siendo también activos muy importantes de la oferta vasca la gastronomía y las relaciones establecidas con los autóctonos. Por el contrario, el clima es un inconveniente muy extendido que puede provocar ciertas reticencias para estas visitas. También expresan problemas de aparcamiento.

CLASE 2. Turismo de edad avanzada . (6,9%)

Uno de los modelos de turismo francés en Euskadi es el de las visitas del colectivo de edad avanzada, jubilados especialmente junto con compañía familiar, amistades y, sobre todo, de pareja. Se trata de visitas de turismo de ciudad, con fuerte carácter cultural, y, al tiempo, un modelo muy propicio para las visitas grupales y las organizaciones colectivas en las que se contrata un paquete con el transporte, el alojamiento y la manutención. La tendencia, en cualquier caso no muy acusada, de este colectivo a la realización de visitas a lugares de interés religioso, además de a otros de interés histórico, es un elemento específico y diferenciador de este modelo.

El modelo de turismo de ciudad para edades avanzadas incluye en poca medida la actividad playera.

El alojamiento habitual para esta población son bien los hoteles de tres estrellas, cuando se establecen en las capitales, bien cualquier tipo de establecimiento cuando se dirigen a la costa o a lugares de interior. Son estancias propias de turismo de ciudad, con dominio de aquellas de entre 4 y 7 días, pero entre las que aquellas muy cortas, de una o dos jornadas, son muy significativas. Es relativamente habitual que este turismo integre la visita a Euskadi en rutas más amplias, habitualmente junto a visitas que incluyen etapas tanto por la cornisa cantábrica como por el sur francés.

Su considerable actividad en establecimientos de restauración se fundamenta primeramente en los establecimientos que ofrecen menú a la carta, aunque los establecimientos del hotel donde se alojan constituyen también un puntal muy importante.

En general, realizan una escasa preparación previa del viaje. Cuando ésta existe, acuden fundamentalmente al organizador del viaje, normalmente una agencia de viaje. La reserva, bien alojamiento con desayuno, bien únicamente alojamiento, puede incluir fácilmente el transporte, autobús, en los casos en que este modelo se da inserto en visitas grupales y organizadas.

Excepto el interior vizcaíno, cualquier otra zona de Euskadi es buena receptora del turismo de jubilados franceses. Es por tanto, de entre los colectivos de visita por ocio, el que más fácilmente puede dirigirse a territorio alavés, tanto a la capital como a cualquier otra comarca. En cuanto al origen, si bien Aquitania es un buen suministrador de visitantes bajo este modelo, se encuentra muy repartido.

La población de esta clase cuenta con rentas medias o medias altas.

CLASE 3. Turismo de trabajo. (9,2%)

El turismo francés por trabajo acude a Euskadi para estancias cortas, muchas veces incluso de una sola jornada, en las que utiliza preferentemente alojamiento de calidad, hoteles de cuatro y cinco estrellas, pero no únicamente.

El modelo de visita por trabajo francés incluye una cierta actividad urbana sin excesiva dedicación, una cierta, importante para un colectivo por trabajo, orientación a la actividad museística (18%) y, especialmente, una cierta actividad gastronómica. Para ella, se orientan principalmente hacia los establecimientos de menú a la carta, si bien son también buenos usuarios de establecimientos de pintxos, e incluso, clientes potenciales de los establecimientos de alta cocina.

Se trata de visitas realizadas en compañía de compañeros de trabajo y en solitario, en las que Vitoria – Gasteiz cuenta como uno de los destinos más importantes, junto con Bilbao. Muy orientado en cualquier caso a la estancia en las capitales vascas, antes que a cualquier otra zona.

Es un visitante muy fidelizado en sus visitas a Euskadi, en tanto que dependiente de necesidades y redes de relación de carácter empresarial, que utiliza en gran medida el avión, aunque el coche sigue siendo el medio de transporte principal, que realiza su viaje sin preparación previa, y que para la realización de su reserva recurren indistintamente a agencias de viaje, a la reserva telefónica directa, a Internet o a la mediación de la propia empresa del viajero. Reservan habitualmente alojamiento junto con desayuno.

En los establecimientos de pernoctación pide información sobre rutas urbanas a realizar, sobre establecimientos de restauración y sobre cartelera cinematográfica.

Se trata de un turismo relativamente joven, con un 50% por debajo de los 40 años, mayoritariamente varón, y de renta media o media – alta y, en buena medida, procedente de la región capitalina francesa.

CLASE 4. Turismo de renta alta por ocio. (5,4%)

El modelo de turismo del visitante de renta alta es una variante del modelo principal de turismo de ciudad. Es un modelo muy orientado hacia todo tipo de ocio urbano, con gran actividad cultural, tanto en lo referente a la visita de lugares de interés como en lo tocante a visitas museísticas.

Sin embargo, lo específico de este modelo de rentas altas es la gran variedad y frecuencia de complementos en la visita, que van más allá de los modelos convencionales de ocio urbano. Y ello no únicamente por la gran dedicación a la playa, sino por la orientación que expresan hacia la realización de compras y, en algunos casos, la realización de visitas a parques naturales, actividades deportivas acuáticas, actividades lúdico festivas, asistencia a espectáculos de teatro u ópera, a conciertos juveniles o al cine.

Se trata en definitiva de visitas muy completas y variadas, desde un sustrato intenso de turismo cultural y de ciudad.

Este turista tiende a menudo a recurrir para su estancia a establecimientos no públicos de pernoctación, como, por ejemplo, viviendas en propiedad. Viene definido particularmente por las estancias de entre una y dos semanas, si bien son también muy importantes las propias del turismo de ciudad, las situadas entre las 4 y 7 jornadas de pernoctación. No recurre normalmente a fuentes de información previas, pero cuando lo hace, busca en una variedad de fuentes diferentes al tiempo, entre las que destacan las agencias de viaje, internet y las guías.

Por el contrario, hace mucho uso de la información ofrecida por los establecimientos de pernoctación cuando se aloja en establecimientos públicos. Le interesa mucho la información referente a rutas turísticas a realizar por el País Vasco, y, en menor medida, información sobre gastronomía.

Es un colectivo que recurre habitualmente a las agencias de viaje para la realización de su reserva, con las que contrata indistintamente solo el alojamiento, el alojamiento con desayuno, o, en un rasgo definitorio del grupo, el alojamiento en régimen de media pensión. También reserva a menudo el transporte, vehículo de alquiler o terceros servicios generales.

Las visitas del colectivo de renta alta a Euskadi no suelen integrarse dentro de una ruta, o lo hacen en menor medida que otros colectivos.

Una vez en el País Vasco visitan específicamente las capitales y costas guipuzcoana y vizcaína, con una ligera mayor predisposición hacia las primeras.

Presenta una alta valoración de elementos comunes con otras clases de turistas franceses, con alguna frecuencia superior, tales como las personas encontradas, la gastronomía, las localidades visitadas o el entorno y paisaje, pero sobre todo destaca en una valoración positiva de los activos culturales museísticos, especialmente el museo Guggenheim. Por el contrario, es un colectivo que se ve muy afectado por la falta de aparcamientos.

Es un gran usuario de establecimientos de pintxos, como también el mejor cliente de los establecimientos de alta cocina. Por lo demás, habitualmente acude tanto a establecimientos de menú a la carta como a restaurantes de menú del día.

Su origen está muy repartido a lo largo de la geografía francesa.

CLASE 5. Asistentes a congresos. (2,4%)

El asistente a congresos francés realiza estancias de corta duración, a menudo de dos y tres jornadas, aunque también con importantes frecuencias entre las 4 y 7 jornadas, en las que tiende a alojarse en establecimientos de cuatro y cinco estrellas, y en las que Vitoria - Gasteiz se configura como uno de los destinos principales, solo superada por Donostia-San Sebastián y por encima de Bilbao. Es un colectivo de visita estrictamente capitalina.

El congresista francés desarrolla sus estancias bien solo o bien en compañía de compañeros de trabajo o profesión. Recurre, como la mayor parte de los colectivos franceses, al coche para el transporte, pero el asistente a congresos en Euskadi recurre también frecuentemente al avión y al tren, medios de transporte acordados con los orígenes principales, La Gironde y París.

Los congresistas recurren para la realización de sus reservas a las agencias de viajes, pero también en buena medida a internet (25%). Contratan con ellas el alojamiento con desayuno, preferentemente, pero también a menudo el transporte o, como aspecto específico de este colectivo, comidas. No son raras las reservas de solo alojamiento o, en menor medida, de alojamiento en régimen de media pensión.

El modelo de visita por congresos incluye algún tipo de actividad de carácter urbano, normalmente centrada en la visita a la ciudad del congreso, no excesivamente frecuentes en cualquier caso, y algunas visitas a museos, tampoco excesivamente abundantes. Algo más lo son las actividades gastronómicas, aunque sin alcanzar los niveles de los colectivos de visita por ocio.

Es un gran usuario de establecimientos de restauración a la carta, y también de establecimientos de pintxos.

CLASE 6. Asistente a ferias. (3,5%)

El asistente a ferias comparte el modelo de inserción a través de realización de actividades del asistente a congresos y del visitante por trabajo. Un modelo en el que se dan en alguna medida no elevada ciertas actividades de carácter urbano no específico, generalista, pero en este caso no de carácter cultural, y actividades de carácter gastronómico. Presenta un modelo de alojamiento en el que los hoteles de tres estrellas tienen tanta importancia como los de superior categoría tomados conjuntamente, con, además, menos pernoctaciones que el resto de modelos de visita por negocios. La asistencia a ferias se realiza mayoritariamente con compañeros de trabajo.

La región Girondesa es la que mejor se asocia con el aporte de turistas de ferias a Bilbao, principalmente, aunque Donostia-San Sebastián es también destino hotelero para un cuarto de los franceses por asistencia a las ferias organizadas en el BEC.

Es un visitante centrado en los motivos profesionales de la visita, que busca en pocas ocasiones información sobre su destino, tanto de manera previa, como en los establecimientos de alojamiento, en menor medida aún, a través de las oficinas de turismo del territorio vasco.

Presenta una fuerte actividad tanto en restaurantes de menú del día como en restaurantes a la carta, y en menor medida, pero significativa, es asiduo de establecimientos de pintxos.

CLASE 7. Turismo de naturaleza. (7,2%)

Francia aporta un contingente de turistas cuya primera motivación es la actividad en entornos naturales vascos. Se trata de un turismo que se aloja bien en establecimientos de turismo rural, principalmente, bien en campings, para estancias de entre 4 y 7 días de duración.

No obstante, el modelo de turismo de naturaleza de los visitantes extranjeros y, específicamente, del turismo francés, no es ni mucho menos puro y reducido a estos entornos. Al contrario, se trata de un modelo que aúna, y no como actividades secundarias, sino como el mismo centro de la visita, todo tipo de actividades de orden urbano (paseos, visitas a los núcleos urbanos), de orden cultural (visitas a museos y a lugares de interés histórico y religioso), y una gran actividad en la red de playas vascas, con aquellas más propias del modelo de naturaleza. Es incluso el modelo de visita que en mayor medida incluye actividad de tipo nocturno, lúdica, en su estancia. Y también es muy activo en la realización de compras en el País Vasco.

Realmente, es específico de este modelo en Euskadi la capacidad de integrar todos estos elementos en el modelo, y, concretamente, la integración de las actividades en los entornos naturales dentro un modelo de visita general de ocio habitual en este territorio.

Donostia-San Sebastián y, en general, la costa guipuzcoana, son las zonas de Euskadi que en mejor medida disponen de estos elementos conjuntamente, propiciando la mayor parte de visitas de los turistas bajo este modelo. También el interior vizcaíno y, en menor medida, las zonas de interior alavesas y guipuzcoanas, aún alejadas de la costa, propician un buen número de visitas de turismo de naturaleza. Iparralde y la región alemana a ésta de Midi Pyrenees son las que en mayor medida hacen aportes de visitantes bajo este modelo de actividad en la naturaleza.

Este modelo se realiza principalmente en pareja y en familia, pero tampoco es rara la visita entre amistades. Se trata de un turismo muy preparado previamente, para lo que recurre mucho a diferentes y variadas fuentes. Concretamente a agencias de viaje, a folletos, a libros y guías de viaje y a internet. Es además el conjunto de turistas que mayor uso hace de la información ofertada en los establecimientos de pernoctación,

especialmente en busca de información sobre rutas a realizar y sobre gastronomía, pero a veces también referente a las playas, a entornos naturales concretos o a actividades festivas.

Realiza normalmente reserva, recurriendo a una agencia de viaje o directamente, vía telefónica, indistintamente, para contratar el alojamiento junto con el desayuno o únicamente el alojamiento. En cualquier caso, el turista bajo el modelo de turismo de naturaleza encuentra muy a menudo problemas para encontrar alojamiento.

Es un grupo muy orientado hacia los establecimientos de menú del día, aunque tampoco deja de lado los establecimientos de pintxos, principalmente, o los restaurantes a la carta. Es raro sin embargo que acudan a restaurantes de alta cocina.

Es un turismo más bien joven, pero también maduro, de hasta 50 años, y de renta media.

CLASE 8. Turismo grupal por otros motivos de ocio (2,5%)

No existe un modelo específico y unitario bajo el epígrafe de otros motivos de ocio, pero sí algunos rasgos comunes a todos ellos. Responden a modelos diversos, bien con una orientación hacia la playa, hacia el ocio urbano, cultural o de naturaleza.

Uno de estos rasgos es la realización de viajes con otros viajeros. Se trata además de un viajero joven, que no prepara el viaje, y que solo realiza reservas en comunicación directa con el establecimiento elegido, a menudo camping.

En este colectivo entran aquellos que realizan un aprovechamiento de los tránsitos vacacionales que incluye pernoctación con realización de actividades en Euskadi. Pero también son viajeros de pernoctaciones medias, de entre una y dos semanas. Entre sus actividades, son destacables sus visitas a lugares de interés histórico, pero también la dedicación a conocer la ciudad o la actividad museística, o los meros paseos por las calles. Son actividades diversas, pero sin una dedicación múltiple a ellas.

Un último rasgo común a este colectivo es su afluencia a establecimientos de comida rápida, o de platos combinados. Son los que en menor medida acuden a restaurantes de menú. Tiende a las rentas bajas, aunque presenta una diversidad al respecto importante.

CLASE 9. Turismo muy joven (7,2%)

El turismo menor de 20 años acude a Euskadi bien insertos en viajes de carácter familiar, bien en compañía de amistades. En este último caso presenta una disposición hacia el uso de las líneas regulares de autobuses muy importante, pero en general, domina el uso del coche para el transporte hasta el País Vasco.

Obedecen a un modelo de turismo de carácter integral, con motivaciones iniciales diversas, bien de playa, de naturaleza, bien de ocio urbano, que generan finalmente, cualquiera que sea este punto de partida motivacional, actividades que pueden responder a cualquiera de estos modelos. Ocio urbano, visita a museos y playa son los puntales de estas visitas, del que también participan, ya en mucha menor medida, actividades como las compras y la gastronomía.

Es un visitante que se informa previamente en pocas ocasiones, pero que realiza a menudo reservas para las que recurre a agencias de viaje masivamente. Estas reservas incluyen el alojamiento junto con el desayuno y, muy a menudo, el transporte. Realizan estancias más largas que las propias de turismo de ciudad, bien de entre 4 y 7 jornadas, bien de entre una y dos semanas.

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

Es el colectivo que más se distribuye por establecimientos diferentes de restauración. Hace mucho uso de restaurantes de menú del día, a la carta y de establecimientos de pintxos, aunque en menor medida que otros colectivos, pero al contrario que estos, son asiduos de establecimientos de comida rápida, de sidrerías y bodegas, de establecimientos de platos combinados y, especialmente, de restaurantes de cocina extranjera (chinos, etc.).

Bilbao y Donostia-San Sebastián recogen buena parte de estos viajeros. Fuera de estos destinos, solo la costa recoge visitas significativas. Por origen, son muy importantes la región Girondesa, París e Iparralde.

Se trata en su mayor parte de estudiantes de renta media.

CLASE 10. Turismo de larga estancia (3,5%)

El modelo de turismo superior a las dos semanas de pernoctación responde a un modelo de ocio fundamentado en un modelo de sol y playa. No obstante, y a pesar de apoyarse en la infraestructura de playa, este turismo en Euskadi tiene fuertes connotaciones urbanas y culturales. Es uno de los colectivos con mayor vocación museística, y, ya en menor medida, de los que en mayor medida participan de espectáculos y conciertos, así como de los que más tendencia presentan a la realización de compras. Es también el colectivo que más visitas realiza y, específicamente, el que se distribuye por el territorio vasco en sus actividades desde su punto de alojamiento.

Se desarrolla indistintamente bajo compañía familiar, de pareja o de amistades.

Se trata de un colectivo con una importante tendencia al alquiler de viviendas a particulares, y asentado en Donostia-San Sebastián o en la costa de este mismo territorio o de Bizkaia.

No existe una preparación previa del viaje frecuente, pero cuando existe, se recurre fundamentalmente a internet. Tampoco visitan las oficinas de turismo vascas. No realizan reservas previas, salvo en los casos, minoritarios, en que la estancia se realiza en establecimientos públicos de pernoctación. En estos casos las reservas se realizan por agencia o utilizando internet, indistintamente, para contratar media pensión o solo el alojamiento. Es muy habitual la reserva del transporte, dado que se hace un uso importante del avión, aún siendo menor que el del coche.

París, Midi Pyrenées y Orleáns son las áreas francesas que aportan viajeros de larga estancia, si bien el origen se encuentra muy distribuido.

Los turistas de larga estancia son usuarios de establecimientos de menú del día y de establecimientos de pintxos, pero también es muy significativa su presencia en establecimientos de comida rápida, platos combinados o bodegas. La oferta que se fundamenta en este modelo es la que mayor competencia encuentra durante el periodo de planificación de la estancia vacacional, aún cuando esta competencia tampoco es muy considerable.

Las personas encontradas, el paisaje y el entorno festivo, son los aspectos más valorados por estos turistas. Clima y terrorismo rivalizan con estos activos, como aspectos negativos en las estancias de una parte muy importante de este grupo.

Los turistas de larga estancia son principalmente jóvenes de entre 20 y 29 años o de edades maduras, entre los 40 y 49. Puede ser población ocupada, pero también estudiantes o amas de casa, y viene constituido principalmente por rentas medias.

CLASE II. Turismo por visita a familiares (3,1%)

Francia cuenta con red de relaciones de carácter familiar importantes con el País Vasco. Esta red, distribuida principalmente en el País vasco francés y en la región parisina, se manifiesta en un cierto volumen considerable de visitas de este carácter.

Las visitas a familiares se realizan fundamentalmente utilizando vivienda de alquiler a particulares para una estancia que habitualmente tiene una duración de entre 4 y 7 jornadas. También es significativo en este grupo el uso de establecimientos rurales.

Estos viajes se realizan indistintamente en pareja, con familia o, también, en solitario. Se usa mayoritariamente el coche, pero no es raro el uso del avión para el transporte. No prepara el viaje, ni recaba información una vez en destino. Cuando reserva algún servicio, lo hace bien directamente, de manera especial, bien por internet o con la mediación de una agencia de viaje.

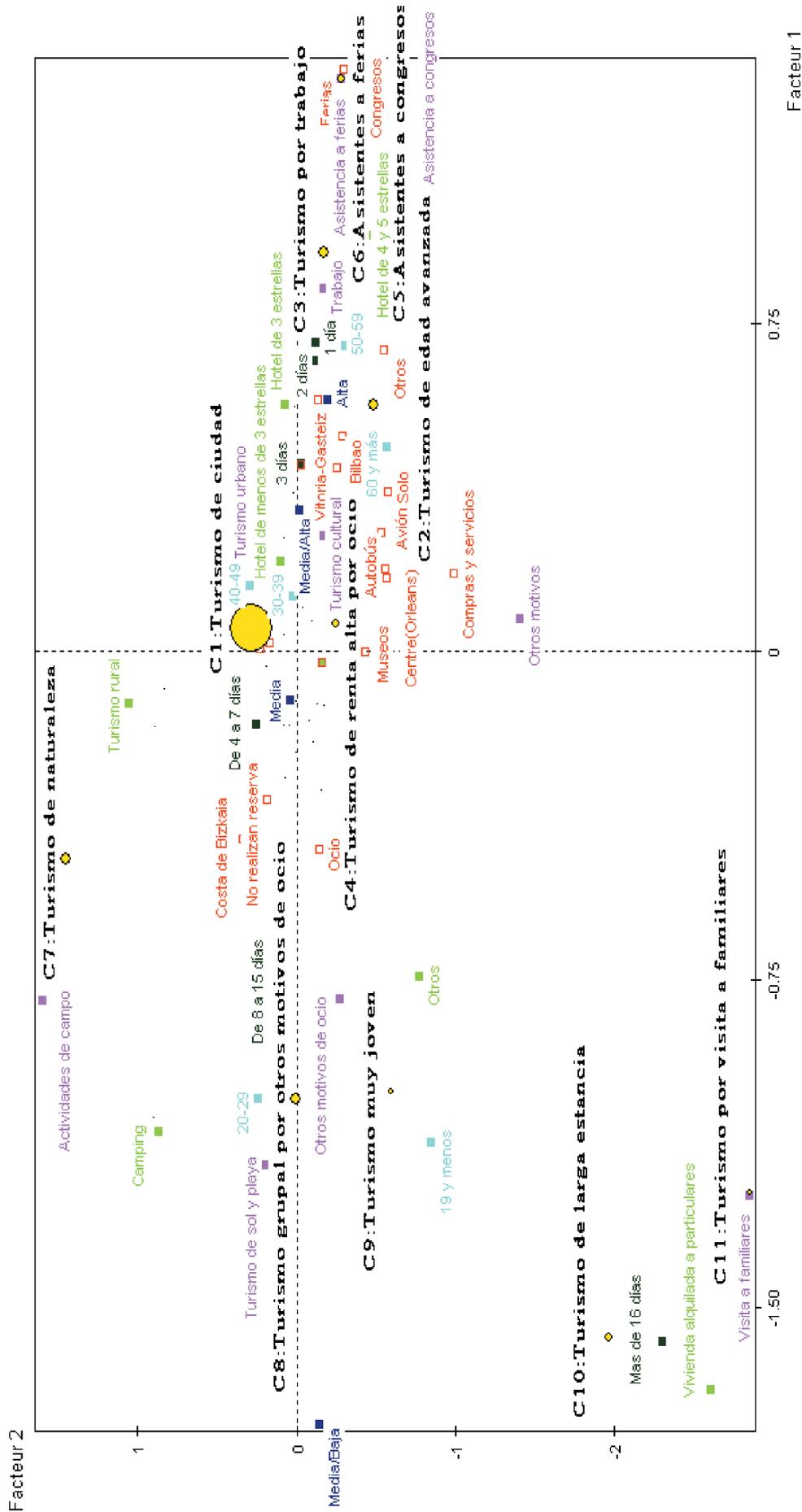
En destino, siguen un modelo de ocio urbano, en el que se busca conocer localidades, visita a museos, gastronomía y vida nocturna. Es el grupo que más se destaca en este último aspecto. En ocasiones, también realizan actividades de playa.

Donostia-San Sebastián, especialmente, y Bilbao, se constituyen como los puntos principales de visita de este colectivo, si bien, fuera de estas, y de la costa guipuzcoana, presenta una distribución importante y regular a lo largo de la geografía vasca.

Gastronomía, las personas y el paisaje son los puntos fuertes de la oferta para este colectivo, que por el contrario percibe el clima y la falta de aparcamientos como serios inconvenientes.

Se trata de un gran usuario de establecimientos de pinchos y de restaurantes de alta cocina y sidrerías o bodegas en general. Estas últimas alcanzan prácticamente la frecuencia de uso de los restaurantes de menú del día y a la carta, que por contra reciben menos a los miembros de esta clase que a la de otras. Es un grupo de rentas medias o media altas.

3.3.2 MAPA FACTORIAL DE TURISTAS FRANCESES



Nota interpretativa del mapa factorial: Anexo

Para este mapa, se ha proyectado el conjunto de variables y tipos sobre los dos primeros ejes, que explican en este caso el 13% de la información original, si bien este porcentaje es una estimación pesimista y realmente el plano tiene mayor potencial descriptivo. En cualquier caso, este mapa nos permite establecer unas primeras conclusiones importantes, dado que utiliza los principales ejes de asociación entre las variables de un modelo general de partida que explica hasta un 69% de la información original de modo asociado.

En el mapa factorial, se han proyectado en rojo las modalidades de las variables ilustrativas que dan información adicional a las topologías y el resto de colores corresponden a las modalidades de las variables activas.

La actividad urbana y cultural forma parte, aún con distinta intensidad, de cualquier modelo de visita. Es una orientación compartida entre los franceses por modelos de negocio, puramente de turismo de ciudad o por aquellos de playa o de naturaleza.

Los alojamientos se distribuyen por el contrario preferentemente de acuerdo a los modelos de visita. La vivienda alquilada a particulares es particularmente importante en las estancias largas y en visitas a familiares. El camping se asocia a aquellas visitas con importantes componentes de playa o de naturaleza. Los establecimientos rurales y los hoteles de hasta 3 estrellas son los más destacables para las clases de turismo de ciudad. Por fin, los hoteles de 4 o más estrellas son los propios de visitas por negocios.

3.4 TIPOLOGÍAS DE TURISTAS RESIDENTES EN ITALIA

3.4.1 TIPOLOGÍAS DE TURISTAS ITALIANOS

En el análisis de tipificación realizado para este colectivo se han considerado como variables más significativas las relacionadas con la información sociodemográfica, su forma de viajar, el tipo de alojamiento donde se alojan y las noches que pernoctan y el origen del turista.

Se han obtenido 8 clases de turistas que se han proyectado sobre los dos primeros ejes factoriales.

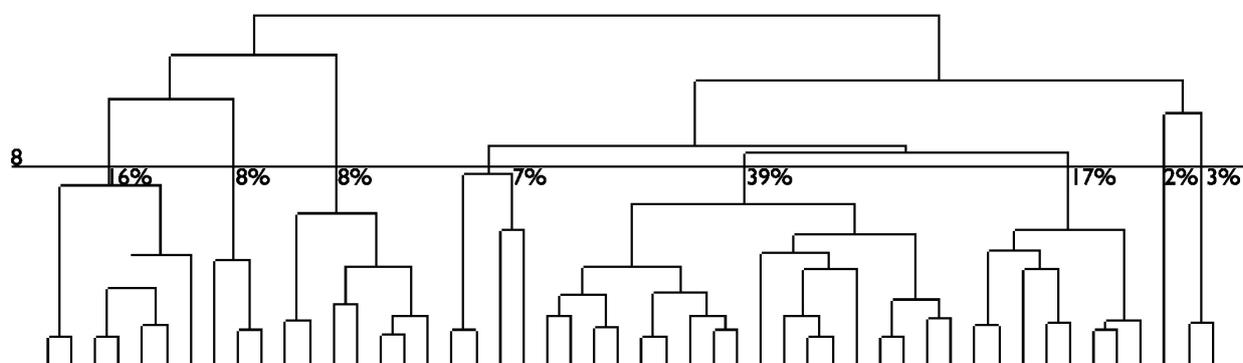
Variables para el análisis de tipificación

<hr/> • Origen del turista <hr/>	<hr/> • Nivel de renta <hr/>
Piemonte(Turín).	Alta.
Lombardia(Milan).	Media/Alta.
Veneto(Venecia).	Media.
Friuli Venecia.	Media/ Baja.
Emilia Romagna.	
Toscana.	<hr/> • Medio de transporte <hr/>
Marche.	Avión.
Lazio(Roma).	Coche.
Sicilia.	Resto.
Otras regiones de Italia.	
<hr/> • Forma de viajar <hr/>	<hr/> • Motivo principal del viaje <hr/>
Solo.	Trabajo o negocios.
Con su pareja.	Asistencia a ferias.
Con su familia.	Asistencia a congresos.
Con sus amigos.	Turismo de sol y playa.
Con su familia y/o amigos.	Actividades de campo.
	Turismo cultural.
<hr/> • Forma de reserva <hr/>	Turismo urbano.
No prepararon el viaje.	Otros motivos de ocio.
No realizan reserva.	Otros motivos.
Por agencia de viajes.	
Directamente (teléfono).	<hr/> • Número de pernoctaciones <hr/>
Internet.	1 día.
Otros.	2 días.
	3 días.
<hr/> • Alojamiento principal del viaje <hr/>	De 4 a 7 días.
Hoteles de 5 y 4 estrellas.	De 8 a 15 días.
Hoteles de 3 estrellas.	Más de 16 días.
Hoteles de menos de 3 estrellas.	
Turismo rural.	<hr/> • Zona de encuestación <hr/>
Camping.	<hr/> • Edad <hr/>
Otros alojamientos.	Hasta 29.
	30-39.
<hr/> • Lugar de encuestación <hr/>	40-49.
	50-59.
	Más de 60.

A partir de los resultados del análisis de correspondencias se ha realizado el análisis cluster con los primeros 22 factores que explican un 67% de la información.

El dendograma sugiere la existencia de 8 clases, cuya interpretación es la siguiente:

Dendograma para turistas italianos



CLASE I. Turismo de sol y playa (22,4%)

El turismo italiano con motivaciones de fondo de sol y playa se concentra en Euskadi en los campings, en estancias que bien pueden ser de fin de semana como de entre 4 y 7 jornadas de pernoctación.

Se trata de un turismo joven, realizado entre amistades y que se dirige a las costas para desarrollar un modelo de sol y playa activo y con fuertes connotaciones urbanas en el desarrollo de su ocio.

No es en ningún caso un modelo de turismo de sol y playa puro, sino que, más bien, éste sirve como sustrato para un modelo más amplio en el que se desarrolla una fuerte actividad urbana, que busca conocer localidades, Donostia-San Sebastián principalmente, realizar paseos urbanos, visitas culturales, actividades gastronómicas, salidas nocturnas y festivas y, menos veces, realizar compras.

A pesar del alojamiento en camping, la actividad de contacto con la naturaleza no forma parte de este modelo de estancia.

Precisamente esta orientación hacia la actividad cultural y urbana es la que provoca que Euskadi no tenga competencia previa entre los visitantes italianos bajo este modelo de sol y playa.

La actividad de restauración de este colectivo se concentra en establecimientos de pintxos y en establecimientos a la carta, aunque tampoco es raro entre ellos la visita a establecimientos de comida rápida y, en menor medida, de platos combinados o bodegas.

Donostia-San Sebastián, especialmente, y, en general, la costa guipuzcoana, son los receptores de un turismo que accede en coche.

Es un colectivo que no suele preparar previamente el viaje a Euskadi, y que no recoge la información ofrecida en los establecimientos donde pernocta. Tampoco es un buen usuario de las oficinas de turismo. No realiza reservas previas.

Paisaje, ambiente festivo, las personas encontradas y las playas, son los aspectos mejor valorados por los visitantes bajo un modelo de sol y playa. El clima y, en menor medida, la falta de aparcamientos son por el contrario los aspectos de la oferta que generan peores valoraciones.

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

Es un colectivo fundamentalmente masculino (2/3), situado entre los 20 y 30 años, ocupado y también estudiante, con estudios superiores y de renta media. Lombardía es el mejor generador de turistas de sol y playa.

CLASE 2. Turismo de naturaleza . (10,5%)

El turismo de naturaleza es uno de los modelos destacados del turismo italiano que accede a Euskadi. Como cualquiera de los modelos de turismo extranjero que se dan en Euskadi, excepto alguno de los de turismo de ciudad, no se trata de un modelo puro, sino que éste hace referencia más a los motivos iniciales que fomentan la visita que al conjunto de actividades y al modelo final resultante.

Se trata de un turismo que incluye en su estancia algunas visitas a espacios naturales, fundamentalmente a parques, o pequeños paseos campestres, y en pocas ocasiones, senderismo a mayor escala o montañismo. Mucho más importante es, sin embargo la orientación urbana de este visitante, dedicado en gran medida a los paseos por las localidades vascas, a conocer ciudades, a conocer lugares de interés histórico y religioso, y, especialmente, a visitar museos y a realizar cualquier tipo de turismo de carácter cultural. Es muy activo en la vida nocturna, aunque menos que el tipo de turista de sol y playa en el aprovechamiento concreto de los periodos festivos de las localidades vascas.

Además de las motivaciones iniciales, otro de los aspectos que define la orientación natural de esta clase es el alojamiento elegido, preferentemente alojamiento rural, pero aquel que le proporcione la posibilidad de realizar tanto una intensa actividad urbana y cultural como una intensa actividad en las playas vascas, muy importantes también en su modelo de visita. Estos puntos deben permitir también una intensa actividad gastronómica, por la que están muy interesados.

Esta conjunción de intereses se da principalmente en Donostia-San Sebastián, elegida como destino casi por dos tercios de ellos y, en menor medida, en cualquier otra área costera de Euskadi. El alojamiento en interior, incluso en la zona de Bilbao, es escasa, lo que denota un gran interés museístico considerable pero entendido como complemento.

Allí hacen uso de establecimientos de menú del día, principalmente, pero también de establecimientos de platos combinados y de pintxos.

Las jornadas tipo de este colectivo son las que se encuentran entre los 4 y 7 noches de pernoctación, si bien pueden extenderse fácilmente hasta un periodo de dos semanas.

Los visitantes por este modelo valoran muchísimo el paisaje y entorno, y mucho las personas que encuentran y la gastronomía. No así las localidades, más habituales entre otros colectivos de turistas, tanto italianos como, en general, extranjeros. Por el contrario, perciben como muy problemática la falta de aparcamientos y la carestía del nivel de vida, además del clima propio de Euskadi.

Viaja con amigos o en pareja, aunque tampoco es rara la visita en familia. Hace para ello una preparación previa intensa, consultando todo tipo de fuentes de información. También, pero en menor medida, es buen usuario de la información ofertada en los establecimientos de pernoctación, solicitando en este caso información sobre rutas a realizar y sobre gastronomía, especialmente, y sobre las playas y actividades festivas, en algunas ocasiones. Contrata en sus reservas bien el alojamiento únicamente o el alojamiento con desayuno, no siendo rara la reserva de una media pensión.

Roma, pero también Lombardía, son los mejores generadores de estas visitas, muy repartidas, en cualquier caso, en su origen. Son visitantes de entre 20 y 40 años, ocupados, y de renta media o media alta. Son mayoritariamente hombres. Para este turismo prácticamente solo se hace uso del coche.

Este modelo genera muchos problemas, prácticamente habituales, de plazas de pernoctación.

CLASE 3. Turismo en vivienda alquilada a particulares. (3,9%)

El turista italiano que utiliza el alquiler de viviendas a particulares lo hace bien por motivos de ocio bien, en menor medida, por la realización de visitas a familiares. En este contexto, no es rara la alta incidencia de las visitas en solitario, tan importantes como las realizadas en compañía de amigos. A menudo se trata de estancias de larga duración, superiores a las dos semanas, pero también se da alquiler de vivienda particular para formatos de visita de entre una y dos semanas o, también de entre 4 y 7 días.

En cualquier caso, responden a un modelo ceñido en su actividad al ocio urbano y cultural. Su dedicación principal es el conocimiento de las ciudades que visita y la visita a museos. Realizan también alguna actividad nocturna y gastronómica, y alguna de playa o gastronómica, pero poca de visitas a lugares de interés particular o a entornos naturales.

Su actividad de comidas se orienta hacia establecimientos de restauración a la carta y de menú del día, así como a establecimientos de pintxos. De entre los modelos de ocio italiano, es además el mejor mercado de los establecimientos de alta cocina.

Este tipo de turista se reparte mucho por el territorio vasco, si bien Donostia-San Sebastián y Bilbao son destinos prioritarios. Los interiores de Araba y de Bizkaia también son destinos importantes.

De entre los turismos de ocio, es el más orientado al uso del avión como medio de transporte. Para ello realiza una reserva previa, a través de una agencia de viaje. Esta reserva incluye el alojamiento sin complementos. Por edades, se sitúa entre los 20 y 50 años, es más a menudo mujer que hombre, y cuenta con rentas medias. En este modelo se incluyen los estudiantes italianos.

CLASE 4. Turismo en ruta turística. (5,8%)

Italia proporciona a Euskadi un modelo de visita de etapa integrada en rutas turísticas. Estas pueden ser múltiples, pero las más destacadas son las que integran el País Vasco en viajes que recorren Francia.

Estas visitas tienden a realizarse en grupos conformados por familia y amigos conjuntamente, aunque a veces se realizan también en pareja, con una duración muy variable, siendo tanto de muy corta duración, muchas veces incluso de una sola jornada, como de larga duración.

Las visitas en ruta se realizan en vehículo propio, y se utiliza muy a menudo el camping para el alojamiento, que se realiza directamente vía telefónica. Solo se reserva el alojamiento o el alojamiento junto con el desayuno en algunos casos.

No existe un modelo unitario de actividad para el turismo en ruta. Sí tiende a ser frecuente la actividad cultural, con visitas a lugares de interés histórico o a museos, actividad urbana centrada habitualmente en conocer localidades vascas, en algunos casos también actividad en entornos naturales y actividad de playa y actividad gastronómica. Esta se realiza en establecimientos de pintxos y de restauración a la carta.

El turista en ruta valora especialmente el entorno, y en alguna medida también las personas y la gastronomía. Encuentra por el contrario problemas con la señalización, los aparcamientos y con el clima.

Las edades más comunes de este turista se sitúan entre los 30 y 39 años. Tiene rentas medias o medias – altas.

CLASE 5. Turismo de ciudad. (40,5%)

El turismo de ciudad realizado en pareja, en estancias bien de fin de semana (2 o 3 jornadas) o, más aún, de 4 a 7 días, con alojamiento en hoteles medios, de tres estrellas o inferior categoría.

Se trata de un turismo muy completo en su actividad, con mucha actividad de carácter cultural, tanto por la visita a distintos lugares de interés histórico como por la visita a museos, con paseos callejeros y otra actividad urbana general, con frecuente actividad gastronómica y, a menudo, con actividad en la playa, cuando la visita es veraniega, aunque ésta no es definitiva de la clase. A veces, puede ir acompañada de cierta actividad nocturna y festiva y de la realización de compras.

Centraliza su actividad gastronómica en restaurantes a la carta, restaurantes de menú y establecimientos de pintxos, aunque en algunos casos puede realizar comidas en el restaurante del establecimiento de pernatación, en cafeterías o en establecimientos de comida rápida.

Es un turismo más bien joven, muchas veces situado en la treintena, que puede utilizar tanto el coche como el avión para su desplazamiento.

Bilbao, especialmente, y también Donostia-San Sebastián, son los exponentes, casi únicos, de este turismo. Lombardía y La Toscana son las regiones italianas que en mayor medida aportan visitantes, aunque realmente se encuentra muy distribuido en origen.

Es un colectivo que realiza una preparación importante del viaje, recurriendo para ello a internet y a las agencias de viaje, y que en destino también recurre a información aportada en el establecimiento de pernatación, referida a rutas y a actividades gastronómicas. Hace, sin embargo, muy poco uso de las oficinas de turismo vascas.

En cuanto a las reservas, las realizan fundamentalmente a través de agencias de viaje, no siendo raro, no obstante, el uso de internet o la comunicación directa por teléfono. Contratan fundamentalmente alojamiento con desayuno o únicamente el alojamiento, además del transporte, cuando la vía de acceso es aérea.

Los aspectos de la oferta vasca más valorados por los turistas de ciudad son las localidades visitadas y el entorno y paisaje general. Por el contrario, y además del clima, valoran con más frecuencia negativamente la ausencia de aparcamientos suficientes y, en menor medida ya, la carestía del nivel de vida.

No es raro que tenga problemas para el alojamiento.

CLASE 6. Turismo de trabajo. (11,2%)

El turismo de trabajo y negocios en general responde a un modelo de estancia de hasta una semana de duración máxima, con grandes variaciones en este intervalo, establecido en hoteles de cuatro y cinco estrellas cuando se desarrolla en las capitales. Éstas, junto con el interior de Bizkaia, constituyen los destinos de este modelo de visita.

El turismo de trabajo italiano desarrolla una cierta, más bien escasa, actividad de carácter urbana. Paseos por las calles de las ciudades visitadas por trabajo, visitas culturales y museísticas, especialmente en el destino principal, Bilbao, y actividad gastronómica, completan, junto con la actividad laboral, este modelo de visita. Excepto la laboral, nunca es una dedicación uniforme y abundante.

Como la mayoría de modelos de viaje de negocio, el uso del avión es mayoritario. Son viajes a menudo realizados en compañía de compañeros de trabajo, aunque tampoco son raros los realizados en solitario. Estos colectivos realizan una escasa preparación previa del viaje, tanto en origen como en destino.

CLASE 7. Asistencia a ferias. (2,3%)

El modelo de asistencia a ferias es similar al de visita por trabajo y negocios en general, con una orientación hacia Bilbao exclusiva, y, por tanto un uso de hoteles de categoría superior igualmente masivo.

Desarrollan estancias variadas con un máximo de una semana, con frecuencias habituales entre los 4 y los 7 días, en los que además de su actividad de negocio, desarrollan actividades de carácter urbano, tales como paseos, actividad museística, mucha actividad gastronómica y, en un rasgo bastante particular de esta clase, abundante actividad nocturna.

Esta actividad gastronómica se distribuye entre los establecimientos de restauración a la carta, de menú del día y en los expendedores de pintxos. No son, sin embargo, buenos clientes de los establecimientos de alta cocina.

El asistente a ferias prepara su estancia más frecuentemente que otros viajeros de negocio. Recurren para ello indistintamente a internet o a agencia de viaje. En destino, buscan particularmente información sobre espectáculos. En cuanto a sus reservas, éstas se realizan a menudo por la propia empresa, o por una agencia, para contratar alojamiento con desayuno.

CLASE 8. Asistencia a congresos (3,3%)

El visitante por negocios sigue un patrón de turismo de negocios, aunque con alguna variación importante. La primera diferencia es el destino prioritario en Donostia-San Sebastián, frente a Bilbao para los asistentes a ferias, especialmente, o de trabajo. Son estancias de un mínimo de tres días y un máximo de siete.

En cuanto al modelo de actividad, presentan una tendencia hacia el ocio de carácter cultural importante, muy superior al del resto del turismo de negocio, unido a una actividad en general, urbana, también superior. Tienden así mismo a desarrollar una cierta actividad de compras en Euskadi. La actividad gastronómica es también importante, y se realiza en restaurantes de menú a la carta y establecimientos de pinchos, aunque también es muy importante la actividad en establecimientos de alta cocina. Son, de hecho, su mejor clientela potencial entre los italianos para estos últimos establecimientos.

Los viajes por asistencia a congresos suelen realizarse en compañía de compañeros o amistades de trabajo, pero no es raro el aprovechamiento de éstos para la realización de una visita en pareja, en el que se da una dinámica de ocio durante la visita superior.

La reserva de los congresistas se realiza fundamentalmente por teléfono y por internet, e incluye alojamiento y desayuno o únicamente el alojamiento. La reserva del transporte no es importante, a pesar de ser un colectivo que accede al País Vasco fundamentalmente en avión. Lombardía y Bolonia son las principales regiones aportantes de asistentes a congresos italianos. Valoran especialmente la gastronomía y las localidades visitadas, y, al contrario, valoran a menudo negativamente el clima y, en menor medida, el tráfico existente.

Son fundamentalmente hombres, de entre 30 y 50 años, y de rentas medias, aunque también pueden ser de rentas media – altas y rentas media – bajas.

Para este mapa, se ha proyectado el conjunto de variables y tipos sobre los dos primeros ejes, que explican en este caso el 11% de la información original, si bien este porcentaje es una estimación pesimista y realmente el plano tiene mayor potencial descriptivo. En cualquier caso, este mapa nos permite establecer unas primeras conclusiones importantes, dado que utiliza los principales ejes de asociación entre las variables de un modelo general de partida que explica hasta un 67% de la información original de modo asociado.

En el mapa factorial, se han proyectado en rojo las modalidades de las variables ilustrativas que dan información adicional a las topologías y el resto de colores corresponden a las modalidades de las variables activas.

El modelo de visita italiano puede definirse como un crisol alrededor de un centro común configurado por el turismo de ciudad, que irradia tales motivaciones en cualquier modelo secundario, ya sea éstas de negocio, de sol y playa, de naturaleza o de cualquier otro orden. Todos ellos tienen como denominador común alguna orientación hacia el ocio de ciudad y la localización prioritaria (aunque a veces solo importantes en Donostia-San Sebastián).

Tal como puede observarse en el mapa, entre los italianos el alojamiento se asocia estrechamente con los diferentes modelos de visita, así como con las formas de acompañamiento y realización del viaje elegido.

Así, el turismo de ciudad en pareja es el motor principal de estas visitas. Busca alojamiento hotelero medio, de tres estrellas o algo inferior preferentemente. Por el contrario, el modelo de sol y playa se asocia con visitas entre amistades y se fundamenta en los campings vascos.

Entre los italianos, el alojamiento rural se asocia a motivaciones de inserción en entornos naturales. Las visitas de negocio, por fin, se asientan en los establecimientos hoteleros de categoría superior.

La edad y renta del visitado también se asocian con estos modelos correspondiendo al mínimo de edad y renta al modelo de sol y playa y el máximo a los modelos de ciudad y negocio.

3.5 TIPOLOGÍAS DE TURISTAS RESIDENTES EN REINO UNIDO

3.5.1 TIPOLOGÍAS DE TURISTAS BRITÁNICOS

En el análisis de tipificación realizado para este colectivo se han considerado como variables más significativas las relacionadas con la información sociodemográfica, su forma de viajar, el tipo de alojamiento donde se alojan y las noches que pernoctan y el origen del turista por regiones.

Se han obtenido 7 clases de turistas que se han proyectado sobre los dos primeros ejes factoriales.

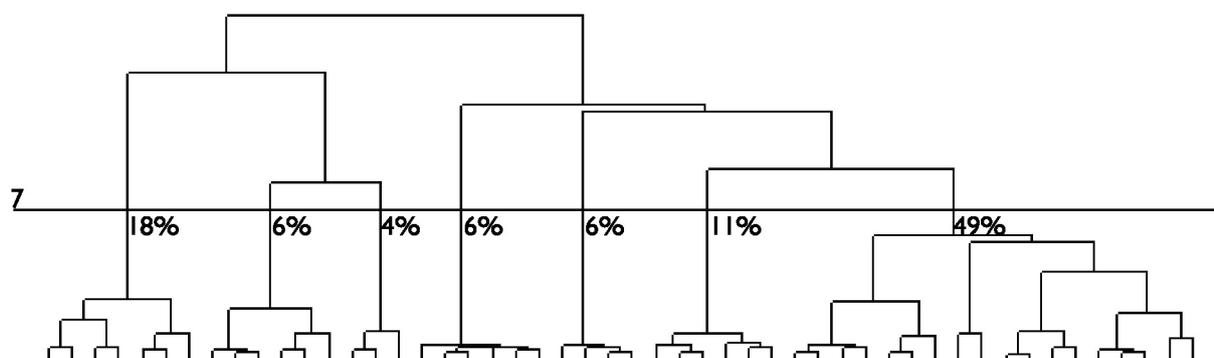
Variables para el análisis de tipificación.

<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Origen del turista South East(London). South West. Wales. Scotland. Resto Reino Unido.	<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Medio de transporte Avión. Coche. Autobús. Barco. Resto.
<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Forma de viajar Solo. Con su pareja. Con su familia. Con sus amigos. Con su familia y/o amigos.	<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Motivo principal del viaje Trabajo o negocios. Asistencia a ferias. Asistencia a congresos. Visita a familiares. Turismo de sol y playa. Actividades de campo. Turismo cultural. Turismo urbano. Otros motivos de ocio. Otros motivos.
<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Forma de reserva No prepararon el viaje. No realizan reserva. Por agencia de viajes. Directamente (teléfono). Internet. Otros.	<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Número de pernoctaciones 1 día. 2 días. 3 días. De 4 a 7 días. De 8 a 15 días. Más de 16 días.
<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Edad 19 y menos. 20-29. 30-39. 40-49. 50-59. Más de 60.	<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Alojamiento principal del viaje Hoteles de 5 y 4 estrellas. Hoteles de 3 estrellas. Hoteles de menos de 3 estrellas. Vivienda alquilada a particulares. Turismo rural. Camping. Otros alojamientos.
<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Nivel de renta Alta. Media/Alta. Media. Media/Baja.	
<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Lugar de encuestación	
<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Zona de encuestación	

A partir de los resultados del análisis de correspondencias se ha realizado el análisis cluster con los primeros 8 factores que explican un 67% de la información.

El dendograma sugiere la existencia de 7 clases, cuya interpretación es la siguiente:

Dendograma para turistas británicos



CLASE I. Turismo de estancia al aire libre (18,2%)

La costa vizcaína, principalmente, pero también Bilbao y Donostia-San Sebastián, acogen un turismo de orientación veraniega y disfrute de los espacios abiertos, que se asienta para estancias de entre una y dos semanas en campings.

Los pilares de este modelo son las actividades de costa, de playa principalmente, y las actividades de carácter cultural, tanto las visitas a lugares de interés histórico como, especialmente, las visitas a museos. A este respecto, Bilbao adquiere una importancia fundamental, siendo uno de los centros de visita para la realización de actividades más importantes de este colectivo, al margen de donde se sitúe la localidad principal del alojamiento.

Las actividades puramente urbanas, como los paseos por localidades, son también atractivas para este colectivo.

Son visitas que se realizan fundamentalmente entre amigos, sin ser raras tampoco las realizadas entre familiares o en pareja. Además presenta una clara tendencia a la juventud, situándose la mayor parte de los visitantes por este modelo entre los 20 y los 40 años.

Es un conjunto de personas que realizan una preparación previa intensa, con mucha visita a páginas de internet sobre el País Vasco y mucha consulta a agencias de viaje. También piden información en las áreas y establecimientos de alojamiento, habitualmente sobre rutas a realizar, aunque en algunos casos también sobre gastronomía. También es un buen usuario de las oficinas de información turística, de las que valora tanto la atención del personal como la calidad de la información recibida.

La reserva contratada, habitualmente a través de una agencia de viajes, aunque el uso de internet para ello es destacable, incluye transporte, a menudo alquiler de coche para el destino, y el alojamiento, bien solo, junto con el desayuno o, en algunos casos, en régimen de media pensión.

El entorno es el aspecto más valorado por este colectivo. También destaca en sus valoraciones positivas las playas, la gastronomía, las personas y las localidades visitadas. Solo presenta ciertas reticencias con respecto al clima, aunque no excesivamente abundantes.

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

Es usuario de cualquier tipo de establecimiento de comidas, tanto de calidad y especializados como de comida rápida. Además de esta multiplicidad, es rasgo destacable por su extensión a lo largo del colectivo el consumo en establecimientos de pintxos, y el alto porcentaje (15%) de afluencia hacia establecimientos de alta cocina.

Aún dominando ligeramente el uso del avión, se trata de un grupo que utiliza muy a menudo el coche para el transporte.

CLASE 2. Turismo de estancias en viviendas de familiares o amigos. (6,2%)

La visita para estancias en vivienda de familiares o amigos sigue un modelo de estancia al aire libre en el País Vasco. Se trata de estancias más bien largas, a menudo superiores a las dos semanas, en las que se realiza mucha actividad de playa, mucha actividad cultural, tanto por visita a lugares de interés histórico como, especialmente, por la visita a museos, y mucha actividad urbana, como paseos o rutas urbanas para conocer la ciudad. También, en menor medida, son relativamente comunes la realización de compras, la participación en fiestas, actividades gastronómicas e, incluso, la participación en actividades deportivas.

El modelo se expresa principalmente en Bilbao, especialmente para la realización de actividades, aunque Donostia-San Sebastián y, especialmente, la costa vizcaína, cuentan con un número de visitas dentro de este modelo considerable.

Es también usuario de una gran variedad de establecimientos de restauración, aunque esta variedad es algo menor que en el modelo de visita para estancias al aire libre. Uso intenso de establecimientos de pintxos, uso abundante de restaurantes a la carta y de menú del día, y, algo menor, pero también significativo, orientación hacia establecimientos de comida rápida y platos combinados. No es sin embargo cliente potencial de los establecimientos de alta cocina.

Se trata de un colectivo más bien joven, habitualmente por debajo de los 40 años y con una buena proporción de ellos incluso por debajo de los 20 años, y de rentas medias o medias - altas.

El avión domina sobre otros medios de transporte para este colectivo, pero este tipo es muy propicio para el uso del barco, utilizado por casi un 30% de ellos.

Para recopilar información previa recurre tanto a internet como a agencias de viaje, y reservan fundamentalmente el viaje y, a menudo, también el alquiler de un vehículo en destino.

CLASE 3. Turismo en vivienda de alquiler. (4%)

El alquiler de vivienda a particulares se realiza entre los británicos bajo un modelo de ocio, con tendencia a la larga duración y en el que la visita a familiares resulta uno de los motivos más significativos. Como turismo de ocio, se trata del modelo que mejor representa en Euskadi el modelo de sol y playa, aunque siempre en el contexto en que puede entenderse este modelo en esta comunidad, muy alejado de los modelos clásicos de sol y playa mediterráneos.

En Euskadi, y entre los británicos en particular este modelo de sol y playa tiene importantes imbricaciones urbanas, culturales, museísticas y de lugares de interés, e, incluso, algunas de turismo de naturaleza, compras y deportes acuáticos.

Es sin embargo el colectivo que menor dedicación gastronómica tiene en su visita a Euskadi.

Son viajes que pueden efectuarse bajo cualquier formato de compañía, en solitario, en compañía familiar, con amigos, o en grupos de familia y amigos conjuntamente, realizados mayoritariamente haciendo uso del avión, y para el que no suele existir preparación previa en muchos casos. Cuando se realiza una búsqueda de información, internet es usada masivamente por el colectivo. Tampoco hace uso de las oficinas de turismo en destino. Esta orientación hacia el uso de internet se manifiesta también en la realización de la reserva, aunque se hace uso de agencias de viaje o de las reservas directas. Estas reservas se hacen para contratar el transporte.

Donostia es el destino principal de los británicos que buscan alquiler, aunque también Bilbao y la costa vizcaína resultan destinos muy atractivos para ellos.

Las mejores virtudes de Euskadi son para ellos, las personas, de un modo muy extendido, y la gastronomía, las localidades, el paisaje y el ambiente festivo y cultural.

A pesar de la menor actividad gastronómica del que alquila una casa, no por ello no realiza consumo en establecimientos de restauración, dada además la duración más bien elevada de sus visitas. Los establecimientos de pintxos son los más solicitados por ellos, pero cualquier establecimiento, excepto los de alta cocina o los de cocina extranjera son susceptibles de ser visitados.

Es un colectivo con predominio femenino, el único entre todo el turismo británico, preponderantemente soltero, de entre 20 y 30 años preferentemente, pero ocupado. Sus rentas son medias.

CLASE 4. Turismo en grupos conjuntos de familiares y amigos. (5,7%)

Algunos de los colectivos orientados claramente hacia los modelos de ocio urbano y cultural lo hacen conformando grupos que integran elementos familiares y amistades. Varias parejas o núcleos familiares con inserciones de amistades conforman un modelo de turismo de ciudad con algunas peculiaridades.

Este colectivo viene compuesto por una población de edad avanzada, a menudo incluso jubilada, que busca establecimientos hoteleros de baja categoría, frecuentemente de de dos estrellas o menos.

Es un turismo de ciudad muy orientado hacia la actividad estrictamente museística, complementado únicamente por visitas a algunos lugares de interés histórico y alguna actividad genérica urbana no intensa. La actividad gastronómica es muy importante también para ellos, pero la dedicación a la playa es, por el contrario, escasa.

Aunque domina el uso del avión para acercarse a Euskadi, es muy habitual que quienes vienen bajo este formato de visita lo hagan en coche o en barco. Realizan habitualmente una preparación previa, para la que recurren a fuentes como agencias de viaje, internet o guías de viaje. Reservan principalmente a través de agencias de viaje, pero también a menudo a través de internet, el transporte y el alojamiento junto con el desayuno.

Este modelo de visita estrictamente museística hace que los visitantes en grupos familiares y de amigos seleccionen mayoritariamente Bilbao como destino, aunque a veces éste es destino principal de las actividades pero el alojamiento se realiza en la costa vizcaína y, en algunas ocasiones, en el interior alavés. Realizan estancias de entre 4 y 7 días principalmente, aunque también a menudo de menor duración.

En su actividad gastronómica presentan una orientación masiva hacia los restaurantes a la carta, pero también cierta asiduidad importante hacia aquellos de pintxos, de menú del día y hacia los de los establecimientos donde pernoctan.

El colectivo viene conformado por rentas medias o medias – altas.

CLASE 5. Turismo de una sola pernoctación. (2,4%)

El turismo de una sola pernoctación presenta una serie de características con forma de tendencias no mayoritarias. Entre ellas, la visita al interior alavés, donde son parte importante, la ausencia de preparación del viaje, las rentas más bien altas, y los negocios, y particularmente, las ferias, como motivos principales de la estancia en Euskadi. Ninguno de estos aspectos define correctamente esta clase, en cualquier caso.

Se trata de un turismo de ocio, de cierta asiduidad de la visita, realizado muy a menudo en familia o en solitario, con realización de reservas de alojamiento con desayuno y en pocas ocasiones de transporte, realizada con la mediación de una agencia.

Además del interior de Araba, Bilbao es también destino prioritario para este colectivo.

El modelo propio de este colectivo es el de trabajo, con muy poca realización de actividades, salvo algunas urbanas genéricas, algunas culturales, y algunas de trabajo o negocios. Son visitas rápidas, realizadas por diferentes motivos y que no generan más que escasos aprovechamientos paralelos a la actividad principal.

Cuando realizan actividades gastronómicas se orientan hacia los restaurantes a la carta. Por otro lado, la elevada orientación hacia el trabajo de este colectivo se manifiesta en un claro predominio masculino.

CLASE 6. Turismo de dos jornadas. (3,5%)

El modelo de visita de dos jornadas tiene ciertas similitudes con el de una jornada, con algunas notables variaciones. Consiste en un modelo urbano muy orientado hacia la actividad de ocio urbano genérico, hacia la actividad gastronómica y, especialmente, a la actividad en museos. Así pues, las similitudes se reducen a la ausencia de ramificaciones del modelo (playa, naturaleza, compras...), sobre la base de un turismo de ciudad, laxo en el caso de las jornadas únicas e intenso en éstas.

Es un modelo muy propio para modelos de turismo por trabajo de renta alta, muy asociados habitualmente a la actividad cultural museística, pero no se reduce únicamente a visitas de este carácter, sino a todas aquellas rápidas, de fin de semana incluso, centradas en la actividad cultural, más allá de los, en primera instancia, motivos principales. Este modelo sí incluye, además, una cierta actividad de compras.

Son usuarios de alojamiento hotelero de elevada categoría, cuatro o cinco estrellas, que reserva normalmente por medio de una agencia de viaje, pero también muy a menudo, por internet, contratando habitualmente el alojamiento junto con el desayuno, además del transporte aéreo, masivo entre ellos.

Su actividad gastronómica se orienta fundamentalmente a los establecimientos de menú a la carta, si bien es también un buen usuario de establecimientos de pintxos.

Se trata de un colectivo de todo tipo de edades, mayoritariamente hombre, con estudios superiores, y de renta media o alta.

CLASE 7. Turismo de ciudad. (47,6%)

La mayor parte del turismo británico se corresponde con un modelo de turismo de ciudad, de duración entre las 4 y 7 jornadas, en las que se utiliza hoteles medios, de tres estrellas, pero también hoteles de categoría superior y que se realiza en compañía de la pareja.

Es un modelo con muy fuerte orientación hacia la actividad cultural, especialmente museística, y que, en ese orden, tiene como destino principalmente Bilbao. Incluye algunas visitas a lugares de interés por motivos históricos, una cierta actividad urbana laxa, alguna actividad gastronómica, algo de actividad de playa, y algunas actividades de compras, tampoco frecuentes.

Es usuario de establecimientos de restauración a la carta y de pintxos fundamentalmente, y en menor medida, de restaurantes de menú del día. Presentan alguna actividad en otro tipo de establecimientos, tales que los de comida rápida, bodegas y sidrerías y restaurantes de alta cocina.

Es un turista que realiza habitualmente una preparación previa, recogiendo información de agencias de viaje o desde internet. Fundamentalmente, realiza sus reservas a través de agencias de viaje, pero también hacen un uso considerable de internet para contratarlas. Reservan el alojamiento junto con el desayuno, además del transporte. Es un buen mercado, así mismo, para el coche en alquiler.

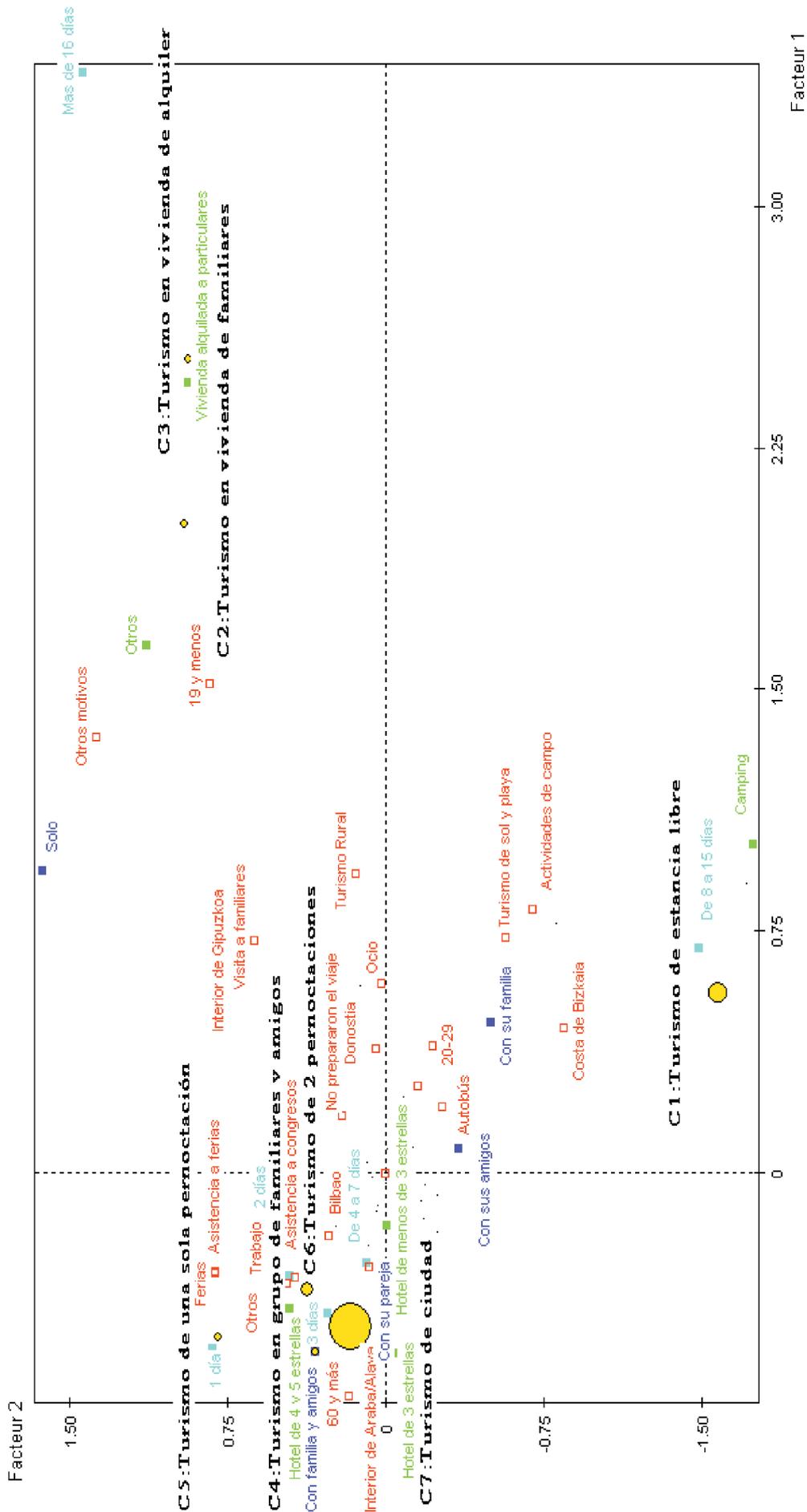
Además, consulta en los establecimientos hoteleros información sobre rutas a realizar en el País Vasco, y, en menos casos, información sobre establecimientos gastronómicos. No es un gran usuario de las oficinas de información turística.

El avión es el medio de transporte más recurrido por parte de este grupo, pero no es desdeñable el uso del coche y del barco.

Localidades, paisaje, gastronomía, las personas y el museo Guggenheim son los activos de la oferta vasca mejor valorados por este turista. Solo expresan valoraciones negativas con el clima encontrado.

Los asistentes británicos a congresos se insertan principalmente en este modelo.

3.5.2 MAPA FACTORIAL DE TURISTAS BRITÁNICOS



Nota interpretativa del mapa factorial: Anexo

Para este mapa, se ha proyectado el conjunto de variables y tipos sobre los dos primeros ejes, que explican en este caso el 21% de la información original, si bien este porcentaje es una estimación pesimista y realmente el plano tiene mayor potencial descriptivo. En cualquier caso, este mapa nos permite establecer unas primeras conclusiones importantes, dado que utiliza los principales ejes de asociación entre las variables de un modelo general de partida que explica hasta un 67% de la información original de modo asociado.

En el mapa factorial, se han proyectado en rojo las modalidades de las variables ilustrativas que dan información adicional a las topologías y el resto de colores corresponden a las modalidades de las variables activas.

El turismo británico presenta tres polos de demanda diferenciados muy en función del número de pernотaciones y, a su vez, con el modelo de estancia, ya exclusivamente urbano, ya con motivaciones hacia el disfrute al aire libre, de playa y naturaleza fundamentalmente.

A este respecto, el turismo de negocios se confunde entre los británicos con el turismo de ciudad, especialmente en sus connotaciones culturales y museístico, que lo asimilan al turismo estricto de ciudad, de viaje rápido, que aprovecha las conexiones aéreas directas entre Bilbao y Londres.

El modo de acompañamiento y el tipo de alojamiento se asocian también al modelo general de la visita.

Los viajes en compañía de la familia tienden a realizarse bajo un modelo de estancia para el disfrute de espacios abiertos a realizar en campings.

También se da este modelo con la compañía de amistades, aunque este modelo de visita es válido también para visitas laborales.

Las visitas en solitario son propias, además de los modelos de negocios, de las estancias de larga duración, para visita de familiares, en alojamiento proporcionado por éstos o en alquiler.

Este último modelo se separa mucho de la dinámica de estancia del turismo británico medio.

3.6 TIPOLOGÍAS DE TURISTAS RESIDENTES EN IBEROAMÉRICA Y NORTEAMÉRICA

3.6.1 TIPOLOGÍAS DE TURISTAS IBEROAMERICANOS Y NORTEAMERICANOS

En el análisis de tipificación realizado para este colectivo se han considerado como variables más significativas las relacionadas con la información sociodemográfica, su forma de viajar, el tipo de alojamiento donde se alojan y las noches que pernoctan y el origen del turista.

Se han obtenido 10 clases de turistas que se han proyectado sobre los dos primeros ejes factoriales.

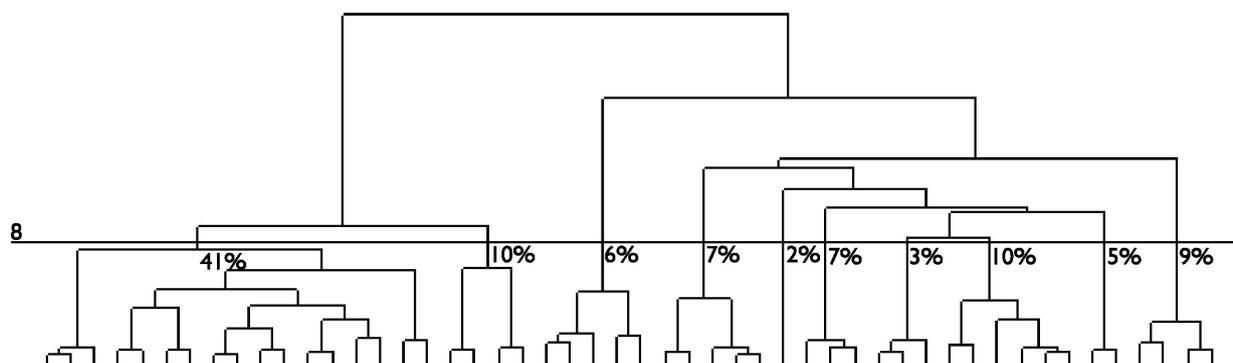
Variables para el análisis de tipificación.

<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Forma de viajar Solo. Con su pareja. Con su familia. Con sus amigos. Con su familia y/o amigos. <hr/>	<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Medio de transporte Avión. Coche. Autobús. Resto. <hr/>
<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Forma de reserva No prepararon el viaje. No realizan reserva. Por agencia de viajes. Directamente (teléfono). Internet. Otros. <hr/>	<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Motivo principal del viaje Trabajo o negocios. Estudios. Asistencia a congresos. Visita a familiares. Turismo de sol y playa. Turismo cultural. Turismo urbano. Otros motivos de ocio. Otros motivos. <hr/>
<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Edad 19 y menos. 20-29. 30-39. 40-49. 50-59. Más de 60. <hr/>	<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Número de pernoctaciones 1 día. 2 días. 3 días. De 4 a 7 días. De 8 a 15 días. Más de 16 días. <hr/>
<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Alojamiento principal del viaje Hoteles de 5 y 4 estrellas. Hoteles de 3 estrellas. Hoteles de menos de 3 estrellas. Vivienda alquilada a particulares. Camping. Otros alojamientos. <hr/>	<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Zona de encuestación <hr/>
<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Lugar de encuestación. <hr/>	<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Origen del turista Iberoamerica. Usa/Canadá. <hr/>
<hr/> <ul style="list-style-type: none">• Nivel de renta. Alta. Media/Alta. Media. Media/Baja. <hr/>	

A partir de los resultados del análisis de correspondencias se ha realizado el análisis cluster con los primeros 19 factores que explican un 70% de la información.

El dendograma sugiere la existencia de 10 clases, cuya interpretación es la siguiente:

Dendograma para turistas iberoamericanos y norteamericanos



CLASE I. Turismo de ciudad (40%)

El grupo mayoritario de visitantes americanos se corresponde con un modelo de turismo de ciudad. Es un modelo más preponderante entre norteamericanos que entre latinoamericanos, pero en cualquier caso un modelo con un alto grado de extensión en todo el colectivo.

Se trata de un modelo que prima la estancia en establecimientos hoteleros de calidad, con estancias de duración entre las dos jornadas y la semana, propio de edades maduras, y que se realiza a menudo bien en pareja, bien en compañía de grupos conjuntos de familiares y amigos, o simplemente en familia. Son colectivos de rentas medias o medias altas.

Su actividad gastronómica se centra fundamentalmente en los establecimientos de menú a la carta, pero es también un usuario muy proclive a los establecimientos de alta cocina. De hecho, acuden más a ellos que, por ejemplo, a establecimientos de menú del día o de pintxos.

El turismo de ciudad americano tiende a configurarse como un recorrido por etapas, bien dentro del País Vasco, bien integrando éste en un recorrido de más amplio calado. Entre estas últimas, la combinación preferida es la que une Euskadi con Madrid, o con Madrid y Barcelona conjuntamente. Dentro de la Comunidad Autónoma Vasca, Bilbao, especialmente, y Donostia-San Sebastián, se constituyen como destinos casi exclusivos.

El modelo viene fundamentado en una fuerte actividad urbana, genérica en su mayor parte, y en una intensa orientación hacia la visita de museos. Todo ello complementado con una frecuente actividad gastronómica y, solo en ocasiones, alguna actividad de compras o de playa.

Las agencias de viaje organizan la mayor parte de las reservas que se efectúan bajo este modelo. Reservan fundamentalmente alojamiento con desayuno y transporte, aunque tampoco es raro la reserva de alojamiento sin complementos.

Las localidades encontradas, el entorno y paisaje, la gastronomía y el museo Guggenheim son los aspectos más valorados de la oferta vasca, mientras que expresan ciertas reticencias al respecto del clima y, en menor medida, por la señalización y comunicaciones.

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

Hacen una preparación intensa del viaje, tomando como fuente casi única las agencias de viaje. En destino también hacen uso de la información aportada por los establecimientos de pernoctación, buscando específicamente información sobre rutas a realizar. Sin embargo, solo alrededor de un tercio de ellos hace uso de las oficinas de información turística.

CLASE 2. Turismo de ruta con pocas pernoctaciones. (10,2%)

Uno de los modelos de visita integrada en ruta es el que acoge un visitante de una o dos pernoctaciones con motivaciones de visita muy específicas, que pueden ser bien museísticas, bien urbanas, asociadas a la visita de una localidad en particular, normalmente Donostia-San Sebastián. En estos casos, la visita suele venir acompañada de la visita a lugares de cierto interés histórico. La actividad gastronómica de este colectivo es considerable. En cambio, no suelen dedicarse a las compras.

Su actividad gastronómica se basa en los establecimientos a la carta, pero también es importante la desarrollada en establecimientos de pintxos, de menú del día y en restaurantes de alta cocina.

Las rutas pueden integrar tanto otros lugares de España como del extranjero, siendo éstos ligeramente preponderantes sobre los primeros. La combinación con Francia es, a este respecto, fundamental.

Este modelo de visita se fundamenta en establecimientos hoteleros de tres estrellas en las capitales, o en hoteles y pensiones de cualquier categoría cuando se realiza en la costa, en la guipuzcoana concretamente. Se trata a menudo de visitas de pareja, pero bien pueden serlo así mismo de familia, o realizarse en compañía de amigos.

Es un colectivo que realiza una intensa preparación previa de su visita, consultando internet, guías turísticas o a amistades, pero no agencias. Son así mismo buenos clientes de la información aportada en los establecimientos, concretamente de la referida a rutas posibles a realizar, pero tienden a no pasar por las oficinas de turismo de un modo aún más radical que el turismo en ruta de estancia más amplia. Realizan sus reservas directamente, vía telefónica, para contratar el alojamiento con desayuno o únicamente el alojamiento. La dinámica de visita rápida y variada de este colectivo excluye la contratación del transporte.

Como el anterior, es un colectivo muy maduro de edad, con muchos jubilados, pero también población ocupada, y de renta más bien elevada.

CLASE 3. Estudiantes. (3,9%)

Procedente de Norteamérica, existe un colectivo normalmente menor de 20 años, pero que bien puede superar en algo esta edad, dedicado a estudiar en Euskadi. Son por tanto estancias largas, para las que habitualmente se alquilan, junto con amistades, viviendas a particulares. Donostia-San Sebastián es prácticamente el destino único de este turismo.

Este modelo de visita va ligado a una intensa actividad de ocio, con preponderancia de la actividad dirigida a conocer localidades, la visita a museos, y de la actividad en la playa. Es uno de los colectivos más dedicados al festival de cine de Donostia-San Sebastián. No realizan sin embargo compras ni visitan como parte del objetivo de la visita establecimientos de restauración, sino que el uso de éstos viene a integrarse dentro de una actividad de ocio con carácter de cotidianeidad. Se realiza fundamentalmente en establecimientos de pintxos y de comida rápida.

CLASE 4. Turismo de sol y playa. (7,6%)

Una parte del turismo americano se expresa como una modalidad de turismo de sol y playa. Es uno de los turismos americanos que en menor medida se define como una estancia por etapas, aunque no es raro que, aún siendo el País Vasco destino principal de todo el viaje, este se extienda a veces a otras comunidades autónomas españolas, principalmente Madrid. Es al tiempo el turismo de ocio de más larga duración, habitualmente de entre una y dos semanas.

No es un modelo de sol y playa puro. Por el contrario, aún siendo esta el centro de la visita, los aspectos urbanos, en forma de visita para conocer localidades, normalmente Donostia-San Sebastián, y en forma de visita cultural a museos, constituyen complementos fundamentales de esta visita. No es por el contrario activo en términos de actividad gastronómica. Expresan cierta actividad por compras, y un interés considerable hacia el Festival Internacional de Cine de Donostia-San Sebastián.

Su dedicación gastronómica puede dirigirse hacia cualquier tipo de establecimiento, siendo únicamente constante para todos ellos la visita a establecimientos de pintxos.

Este turismo se expresa principalmente en Donostia-San Sebastián, en alojamientos no hoteleros, principalmente en camping. Son visitas que se realizan fundamentalmente entre amigos, aunque también a menudo en pareja, que suelen exigir una cierta preparación previa, que se realiza a través de internet, primero, y de las agencias de viaje, que no recaban excesiva información en los establecimientos del destino, peor que si visita habitualmente las oficinas de turismo, de las que valoran principalmente la atención recibida.

Es un colectivo muy orientado a la realización de reserva por internet, aunque tampoco es rara que ésta se realice con la mediación de una agencia de viaje. Reservan principalmente el transporte, y tienden a reservar el alojamiento sin complementos.

Paisaje y ambiente festivo son los aspectos más valorados por este colectivo en Euskadi, si bien también las personas encontradas, las localidades visitadas y la red de playas obtienen frecuentes valoraciones positivas por su parte. Por el contrario, se ven frecuentemente afectados por la climatología y el clima político.

Es un colectivo joven, a menudo de entre 20 y 30 años y de rentas medias o, especialmente, medias - altas.

CLASE 5. Turismo de tanteo laboral. (2,1%)

Donostia-San Sebastián y Bilbao recogen un colectivo de visitantes latinoamericanos cuya visita, de duración variable pero que fácilmente puede ser de entre una y dos semanas de duración, obedece a la búsqueda de una relación laboral.

Es un colectivo que apenas prepara previamente el viaje, que accede bien en solitario bien en compañía de amistades, y que se apoya para su visita en todo tipo de establecimientos.

La visita de este colectivo se centra en esta actividad, pero también desarrolla una actividad museística importante, y alguna urbana también complementaria. Presenta muy poca dedicación de otro tipo.

Valoran de Euskadi de modo generalizado sus habitantes, mientras que presentan una valoración negativa de la carestía de la vida existente.

CLASE 6. Turismo por motivos de ocio extraordinarios. (8,1%)

Las motivaciones de ocio extraordinarias, e incluso las derivadas del tránsito con pernoctación por el País Vasco, generan un visitante con escasa actividad paralela en Euskadi. Pueden desarrollar alguna actividad urbana, alguna actividad cultural, alguna actividad de playa, ninguna de ellas excesivamente extendida. Se trata de visitas muy orientadas a la actividad principal, muy variada, en el marco de estancias también muy variables, tanto de corta duración como de hasta dos semanas de duración.

Es habitual que este visitante acuda con su pareja, pero tampoco es rara la visita de carácter familiar. Se orientan principalmente a Donostia-San Sebastián, pero su actividad puede fácilmente extenderse hacia zonas de costa o de interior, principalmente guipuzcoanos.

Esta ausencia de actividades paralelas condicionan una escasa preparación previa y una escasa atención a la información proporcionada por los establecimientos de pernoctación, cuando éstos son públicos. Tampoco acceden a las oficinas de turismo.

CLASE 7. Turismo por asentamiento laboral en Euskadi (2,8%)

Uno de los modelos de estancia americanos corresponde a aquellos, fundamentalmente iberoamericanos y de renta más bien baja, que realizan estancias largas correspondientes a la realización de trabajos en Euskadi para empresas vascas. Este turismo puede tener vocación de asentamiento en Euskadi.

Realiza sus estancias en establecimientos no públicos de pernoctación, a menudo a través del alquiler de vivienda con la mediación de una agencia inmobiliaria. Tampoco es rara la reserva realizada a través de internet. También puede residir en algunos casos en viviendas de familiares o amigos. Es uno de los colectivos que en mayor medida efectúa un alquiler de vehículo en destino. Es además relativamente estable en su lugar de estancia.

Este colectivo desarrolla una importante actividad durante su estancia, normalmente de carácter urbano, con mucho ocio orientado a conocer localidades, mucha actividad en museos y mucha actividad de playa. Se trata de una actividad superior a la de cualquier colectivo de negocios habitual, y más bien definible como de población residente, con ciertas limitaciones, que como colectivo turístico. En este marco debe entenderse su actividad gastronómica, y el predominio entre los establecimientos de restauración visitados de aquellos de comida rápida, de platos combinados, de pintxos, o de comida extranjera. También son importantes las visitas a restaurantes de menú del día.

Donostia-San Sebastián y la costa guipuzcoana constituyen los destinos principales de este turista, aunque también Bilbao recibe un cierto contingente de ellos.

Se trata de visitas de una población fundamentalmente joven, a menudo de entre 20 y 30 años, más varón que mujer, y de estudios variados, y que accede a Euskadi bien en solitario bien en compañía de amigos, y, también, en menos ocasiones, en pareja.

De su estancia en Euskadi, este colectivo valora fundamentalmente el entorno y, en menor medida ya, los residentes. Por contra, expresa opiniones negativas respecto del clima, la política y la carestía de vida.

Es un colectivo fundamentalmente joven, de entre 20 y 40 años, de renta más bien baja. No es raro que en un momento dado se encuentren en situación de parados, con cierta discontinuidad en su relación laboral. Habitualmente, esta clase no realiza ninguna preparación previa de la visita.

CLASE 8. Turismo por realización de algún trabajo (11,3%)

El modelo de visita por realización de trabajos en general es común con el que presentan otros orígenes extranjeros en Euskadi, si bien éste se expresa entre los procedentes de América en estancias algo superiores que entre las de aquellos procedentes de estos otros orígenes, en tanto que escasean las estancias menores a tres jornadas. Dada la distancia, abundan por el contrario aquellas de tres noches, de entre 4 y 7 jornadas o, también, las de duración situada entre una y dos semanas.

Como el resto de modelos por realización de un trabajo, está muy orientado hacia la realización de las labores profesionales, aunque entre los americanos se percibe, quizás en función de la superior duración de sus estancias, una cierta mayor imbricación en una dinámica de turismo de ciudad, con dedicación a conocer las ciudades de destino principal, fundamentalmente, y con dedicación de carácter cultural. También desarrollan una cierta actividad gastronómica, aunque en este caso algo inferior a la desarrollada por colectivos bajo este modelo pero de orígenes europeos. Fuera de éstas, no complementan su modelo de visita con otras actividades.

La dedicación gastronómica de este colectivo recae fundamentalmente en los restaurantes a la carta, y, en alguna medida menor pero también importante, en los establecimientos de pintxos y en los restaurantes de menú del día. Tampoco es rara su orientación hacia la utilización de los establecimientos del lugar de alojamiento.

Otra de las diferencias con respecto del modelo general de visitantes por trabajo es su orientación hacia todo tipo de establecimientos hoteleros, frente a la tendencia general bajo este modelo hacia los establecimientos de categoría superior. Más de la mitad de las visitas se orientan hacia establecimientos menores de tres estrellas, o incluso a pensiones.

Sí es común a este modelo en otros orígenes extranjeros la orientación estrictamente capitalina de estas visitas, especialmente a Bilbao y Donostia-San Sebastián, pero también a Vitoria - Gasteiz, ciudad que cobra una importancia que carece para cualquier otro colectivo americano. Donostia-San Sebastián, por el contrario, conserva en el colectivo de visitas por trabajo la preponderancia general entre el turismo americano.

Se trata de un turismo realizado preferentemente en compañía de colegas profesionales, aunque también frecuentemente se realiza en solitario. Realiza una preparación previa en escasas ocasiones. Tan solo indaga información en los establecimientos de pernoctación, en los que recopila información sobre rutas a realizar, principalmente, sobre cine, y sobre gastronomía.

Realiza reservas de manera muy variada, tanto a través de una agencia, directamente, por internet, como dejando su realización en manos de la empresa que le envía. En estas reservas contrata el transporte y, fundamentalmente, el alojamiento con desayuno, si bien abundan también las reservas solo del alojamiento o, al contrario, con media pensión o pensión completa.

Las valoraciones más frecuentes de este grupo hacen referencia a las localidades visitadas, pero también son importantes las que tiene que ver con los residentes, o con la gastronomía. Es destacable la casi ausencia de valoraciones negativas entre ellos, con la salvedad, en todo caso débil, de las referentes a la climatología.

Se trata de un colectivo de renta media, menor de 50 años, a menudo joven.

CLASE 9. Turismo por asistencia a congresos (5,1%)

Uno de los modelos de visita de los procedentes del continente americano responde a la asistencia a congresos. Se trata de estancias situadas entre las 4 y las 7 jornadas, estrictamente capitalinas y entre las que

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

Donostia-San Sebastián y Vitoria - Gasteiz se configuran como destino principal dentro del País Vasco. Son visitas que se realizan normalmente en compañía de colegas profesionales, pero también a menudo en solitario, en las que, frente al turismo por realización de algún trabajo, se hace un uso intensivo de los establecimientos hoteleros de categoría superior, a partir de las cuatro estrellas.

Como el turismo de trabajo, está muy orientado hacia la actividad principal, pero adquiere igualmente ciertos rasgos de turismo de ciudad, bien turismo urbano genérico, que puede incluir paseos para conocer la ciudad visitada, cierta actividad museística, y actividad gastronómica. Ésta se expresa en establecimientos de restauración a la carta, siendo también significativa la asistencia a restaurantes de menú del día, establecimientos de pintxos, y locales del establecimiento de pernoctación.

Valoran fundamentalmente las localidades que visitan por los congresos, y también, en una medida menor, la calidad de servicios y productos y la gastronomía.

Realiza habitualmente sus reservas por internet, para contratar principalmente el alojamiento junto con el desayuno, aunque también únicamente el alojamiento. Es un colectivo de rentas más bien altas y edad diversa, en cualquier estrato entre los 30 y los 60 años.

CLASE 10. Turismo por visita a familiares. (8%)

Entre los iberoamericanos es común un modelo de visita basado en la visita familiar y el aprovechamiento amplio de esta visita. Se trata de un modelo que se fundamenta en el uso de viviendas alquiladas a particulares, para estancias largas, en cualquier caso, superiores a las dos semanas de duración.

Éste es un modelo que se efectúa principalmente en compañía de más elementos familiares, pero también a menudo en solitario, y para el que no se realiza ningún tipo de preparación previa.

Una vez en destino, este modelo adquiere las características de un modelo de ciudad con gran protagonismo del ocio urbano, las visitas a ciudades o a museos enclavados en éstas e, incluso, con una importante actividad nocturna. Este modelo se acompaña de una considerable actividad de playa. La actividad gastronómica no es, por el contrario, un rasgo destacable de este colectivo. Aunque no abundante, también desarrollan una cierta actividad ligada al ocio cotidiano, residente, tal que la asistencia a conciertos, espectáculos deportivos, festivales de cine o compras. Rasgos todos ellos del ocio de los familiares visitados.

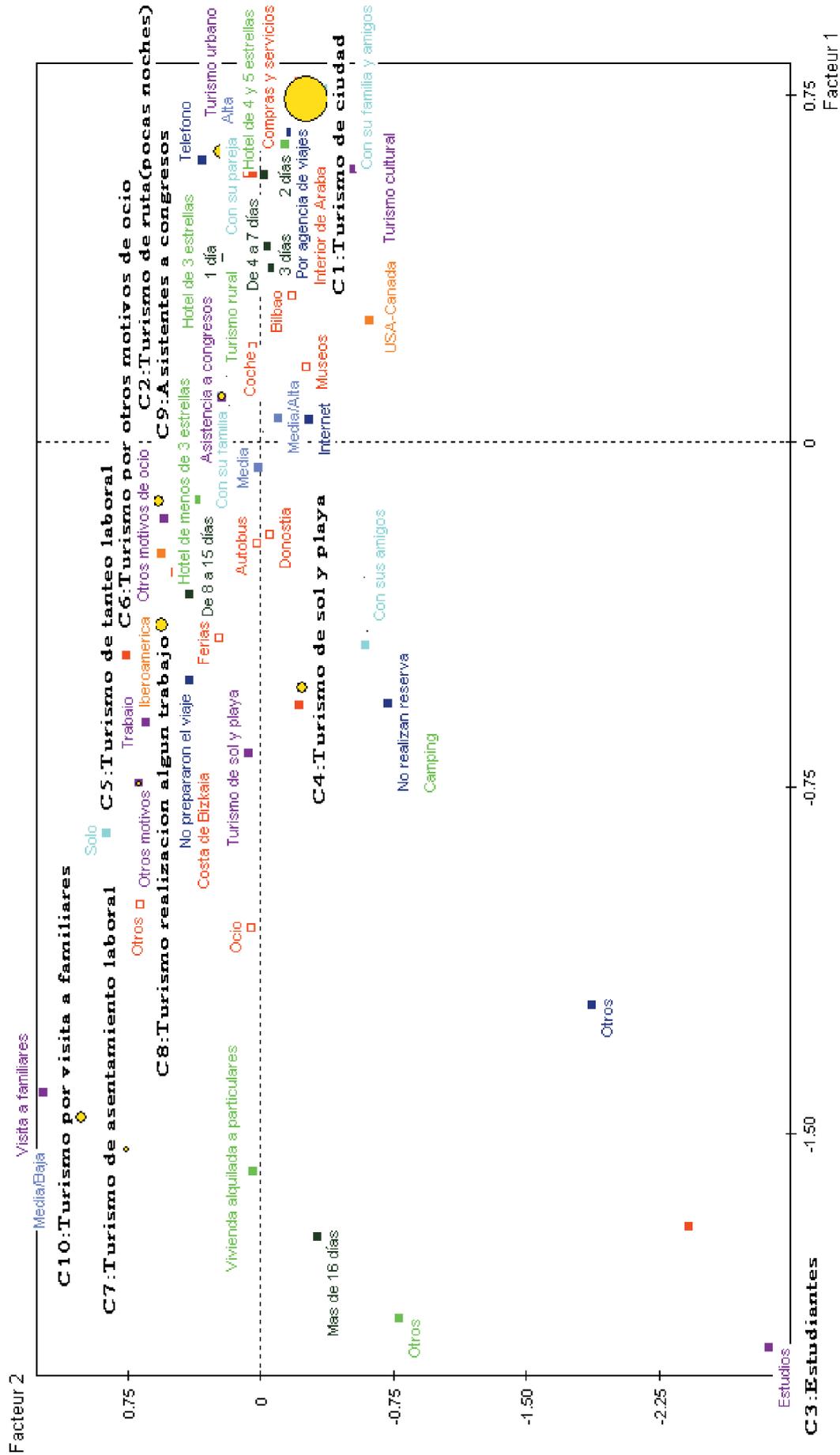
En todo caso, la actividad gastronómica de este colectivo se expresa fundamentalmente en los establecimientos de pintxos. Cualquier otro establecimiento es válido igualmente, aunque no de un modo generalizado para el grupo, con la única excepción de los restaurantes del hotel de pernoctación, en las ocasiones en que se opta por la pernoctación en establecimiento público.

Donostia-San Sebastián se configura como el más claro receptor de esta clase de turismo, con gran diferencia sobre Bilbao y Vitoria – Gasteiz, siguientes destinos importantes.

Dada las características del viajero, en tanto que modelo de visita familiar, requiere de poca información previa, tanto como de poca información complementaria en destino. Las reservas, del transporte principalmente, se efectúan a través de una agencia de viaje.

Los residentes y las localidades visitadas son los aspectos más valorados por este conjunto de viajeros. Por el contrario valoran negativamente, de un modo relativamente generalizado, el clima y la carestía de vida. Es de hecho un colectivo de rentas medias más que media – altas.

3.6.2 MAPA FACTORIAL DE TURISTAS IBEROAMERICANOS Y NORTEAMERICANOS



Nota interpretativa del mapa factorial: Anexo

3. Tipologías de turistas extranjeros en Euskadi

Para este mapa, se ha proyectado el conjunto de variables y tipos sobre los dos primeros ejes, que explican en este caso el 15% de la información original, si bien este porcentaje es una estimación pesimista y realmente el plano tiene mayor potencial descriptivo. En cualquier caso, este mapa nos permite establecer unas primeras conclusiones importantes, dado que utiliza los principales ejes de asociación entre las variables de un modelo general de partida que explica hasta un 70% de la información original de modo asociado.

En el mapa factorial, se han proyectado en rojo las modalidades de las variables ilustrativas que dan información adicional a las topologías y el resto de colores corresponden a las modalidades de las variables activas.

Todos los modelos de acceso a Euskadi por parte de Iberoamericanos y norteamericanos tienen en común una notable inclinación por el turismo de ciudad y la actividad urbana. No solo éste es mayoritario, sino que cuenta con un conjunto de modelos similares, entre los que cabe señalar las distintas modalidades de turismo en ruta, o modelos de negocio, como los de asistentes a congresos o aquellos que viajan por motivos de realización de un trabajo.

El mapa muestra dos polos muy diferenciados del modelo general, caracterizados por las largas estancias, el alojamiento prioritario en viviendas de alquiler a particulares y la estancia en Donostia-San Sebastián. Por un lado los turismos por visita a familiares y por asentamiento laboral, con querencia a la residencia en Euskadi, propio de latinoamericanos, con muchas similitudes ambos, y el turismo por realización de estudios, propio de norteamericanos.

En general, el turista iberoamericano accede más bajo modelos de negocio o trabajo (exceptuando la asistencia a congresos), mientras que el norteamericano accede prioritariamente por modelos de ocio, turismo de ciudad de media estancia o turismo de ciudad rápido en ruta. El modelo de sol y playa se sitúa a medio cambio entre ambos colectivos.

No existe un modelo de visita a entornos naturales, ni siquiera asimilado a uno de turismo de ciudad, como sucede en otros orígenes extranjeros.

La visita en pareja o familia se asimila a modelos de ocio urbano, las realizadas entre amigos se asocia preferentemente al modelo de sol y playa, mientras que la visita por asentamiento laboral se asocia bien con la afluencia en solitario.

4. PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA DE LOS TURISTAS EXTRANJEROS EN EUSKADI

4. Principales conclusiones del análisis del comportamiento de la demanda de los turistas extranjeros en Euskadi

- Cuatro países europeos, Francia (22%), Gran Bretaña (17%), Alemania (10%) e Italia(9%), más Estados Unidos, o generalizando, Norteamérica (8%), proporcionan el grueso del turismo extranjero en establecimientos hoteleros, que supone un 30% del total que entra en Euskadi.
- El 84% del turismo extranjero en Euskadi hace uso de establecimientos hoteleros. Un 14% usa la infraestructura de camping existente, mientras que un porcentaje inferior al 2% se dirige hacia los establecimientos rurales.
- Estas visitas se realizan bajo dos grandes modelos: la visita por trabajo o negocios, y la visita por motivos de ocio de ciudad, urbano y cultural principalmente. En algunos casos, se dan modelos de turismo de sol y playa y naturaleza, pero en Euskadi no solo son minoritarios sino que además adquieren siempre rasgos de turismo de ciudad. También deben ser considerados los modelos de visita familiar.
- Salvo entre los alemanes (54,5% de negocio y 45% de ocio), existe una clara inclinación de los extranjeros hacia los modelos de ocio (66%) sobre los de negocio (31%). Y dentro de los primeros, del ocio urbano (61%) sobre cualquier otro. Las motivaciones del viaje en torno a la cultura son muy significativas entre el total (27%).
- En los modelos de ocio extranjero gastronomía (44%) y cultura (43%) son los complementos necesarios de unas visitas muy centradas en la visita a localidades.
- En este contexto debe entenderse que las estancias tipo del turista extranjero se sitúen entre las 4 y las 7 jornadas (36%). También son considerables las estancias de entre 8 y 15 días (23,5%), o las situadas entre las 2 y 3 jornadas de pernoctación (21%). Algunas de éstas responden también a un turismo de ciudad, de fin de semana, concretamente.
- El turismo de ciudad con pernoctaciones de hasta 2 o 3 jornadas es posible entre franceses, en función de las conexiones por carretera del arco entre Burdeos y el departamento de Pirineos Atlánticos, y entre británicos, en función de las conexiones aéreas directas y frecuentes con Bilbao. También se da en algunas formas de turismo en ruta, siendo entonces muy significativo entre norteamericanos. De otro modo, estas pernoctaciones suelen hacer referencia a visitantes bajo modelos de negocio.
- No existen prácticamente destinos alternativos al vasco en los planteamientos iniciales de estos turistas, ni por destino ni por motivo. A ello contribuye el hecho de que el turismo de ciudad dominante, no digamos ya el de negocio, no se configura para Euskadi como periodo vacacional principal, salvo cuando esta visita se realiza en ruta. Este último modelo se da mucho entre norteamericanos, y menos para los orígenes europeos.
- El turismo extranjero incluye a menudo Euskadi como una etapa de su viaje (42%). Lo hacen en mayor medida los viajeros de larga distancia (57%), que los países del entorno y al tiempo grandes contribuyentes de turistas, como Francia (28,5%), Alemania (31%), Italia (42%) o el Reino Unido (27%).
- Los viajes en ruta integran Euskadi preferentemente con la cornisa cantábrica (7%), con las grandes ciudades españolas (Madrid y Barcelona, 11%) y con el sur francés (6%).
- La asiduidad en la visita entre el turismo extranjero es poco elevada (21% de viajes anteriores). La única excepción es el turismo francés (47%), alimentado en buena medida por las áreas fronterizas, aptas para un turismo de fin de semana de ciudad, pero también para aquel motivado por lazos familiares.
- Existe una planificación previa en un 40% de las visitas de extranjeros. Para recabar esta información, el uso de internet es tan importante como las agencias de viaje. No sucede igual con la realización de reservas,

4. Principales conclusiones del análisis del comportamiento de la demanda de los turistas extranjeros en Euskadi

para las que las agencias de viaje mantienen su situación dominante (41%), con gran distancia sobre internet (19%) o sobre la reserva directa (25%). Las reservas incluyen normalmente el transporte, cuando es aéreo, y el alojamiento junto con el desayuno.

- En los establecimientos de pernoctación no se pide con excesiva frecuencia información (47%). Cuando así sucede, es ante todo información sobre rutas a realizar (24%) y, en menor medida, información sobre actividades gastronómicas (8%). Las primeras las piden especialmente los franceses (29%), mientras que las segundas son más habituales entre italianos (14%).

- Un 22% de los turistas extranjeros hace uso de las oficinas de turismo vascas. El porcentaje es especialmente elevado entre británicos (30%) o entre los procedentes de terceros países (25%), mientras que se sitúa por debajo del uso medio para franceses (16%), alemanes (18%) e italianos (15%). Las valoraciones sobre su uso reseñan una información completa en un 78% de los casos, y muy completa en otro 20% más.

- El transporte aéreo domina entre los extranjeros (54%). Sólo entre los franceses, por otro lado el turismo más importante por volumen, se invierte esta tendencia (14%), dada la cercanía de buena parte de este turismo y los rápidos accesos por carretera.

- La preeminencia de los turismos de ciudad y de negocio propician visitas muy centradas en las capitales, y de manera concreta en Bilbao (38'5%) y Donostia-San Sebastián (25%). La importancia de Bilbao es superior entre el turismo de trabajo, para el que también se hace relevante Vitoria – Gasteiz. En cambio, la importancia de Donostia-San Sebastián crece para el turismo de ocio, así como la de las costas. Entre éstos, Vitoria – Gasteiz resulta un destino residual. Las áreas de visita suelen circunscribirse a las localidades que se constituyen como destinos principales (58%), o a sus áreas de influencia inmediata.

- En los modelos de ocio, Bilbao recibe el turismo de ciudad más orientado a la actividad museística, mientras que Donostia-San Sebastián se especializa en visitas más propias de turismo de ciudad, con inserción de actividad de playa y, sobre todo, más actividad gastronómica.

- Vitoria-Gasteiz, entre extranjeros, tiende a recoger solo modelos de negocio, de los que Bilbao es protagonista. Sin embargo, Donostia-San Sebastián tiene mayor fuerza que ninguna otra zona vasca en la atracción del turismo extranjero por asentamiento laboral en Euskadi.

- El alojamiento de superior categoría es el predominante entre el turismo extranjero que visita Euskadi. Un 30% se dirige a establecimientos hoteleros de cuatro estrellas, y otro 20% más a establecimientos de cinco estrellas. En cuanto a los establecimientos de restauración, los de carta son los que mejor se adaptan a las necesidades de este turismo (64%), siendo también importante la dedicación a los establecimientos de pintxos (32%).

- Aunque no de un modo estricto, el alojamiento viene definido habitualmente por los modelos turísticos. Los establecimientos hoteleros de cuatro y cinco estrellas son los prioritarios para el turismo de negocio. Tres estrellas, pero también los hoteleros inferiores, son los propios de un turismo de ciudad, centrado habitualmente en Bilbao o en Donostia-San Sebastián, el camping es el más adecuado para el turismo que busca la playa, habitualmente joven, mientras que los establecimientos rurales son propios, entre los extranjeros, de aquellos que, buscando un modelo de ciudad, quieren compatibilizarlo con actividades de playa y, a veces, de naturaleza. Este último caso se da entre los turistas americanos y franceses, pero otros extranjeros se alojan en establecimientos rurales bajo modelos de turismo más bien urbano. En cuanto a las viviendas en alquiler, su uso responde en Euskadi a estancias largas (estudiantiles, por motivos de asentamiento laboral...) y a visitas familiares, pero, salvo entre franceses, apenas para modelos de sol y playa.

4. Principales conclusiones del análisis del comportamiento de la demanda de los turistas extranjeros en Euskadi

- Las estancias tipo se configuran entre las 4 y las 7 jornadas, muy propias para el turismo de ciudad, y también abundantes entre el turismo de negocios.
- La valoración del establecimiento de pernoctación es generalmente positiva (71%), destacando los viajeros la situación de éstos, la calidad del servicio y el trato. Más frecuente es, incluso, la valoración positiva al respecto del viaje (83%), destacando en este caso principalmente los aspectos de la oferta propios del turismo de ciudad: localidades (34%), gastronomía (25%), entorno (31%) y el trato con los residentes (20%).
- Todos los modelos de turismo extranjero, al margen de las motivaciones iniciales (negocios, naturaleza, playa, visita a familiares, ciudad) tienen connotaciones urbanas muy importantes. La actividad en la ciudad, tanto con ésta como objetivo como la museística o la gastronómica, es clave para la comprensión del fenómeno turístico extranjero, superando a menudo las derivadas de las motivaciones iniciales (trabajo, naturaleza, etc...) cuando éstas no se ciñen propiamente a un turismo de ciudad.
- Los viajes al País Vasco suelen generar buenas (83%) o muy buenas (10%) valoraciones en relación con las expectativas previas. Puntos de esta percepción son las localidades (34%), el paisaje (30%), la gastronomía (29%) y los residentes (20%).

